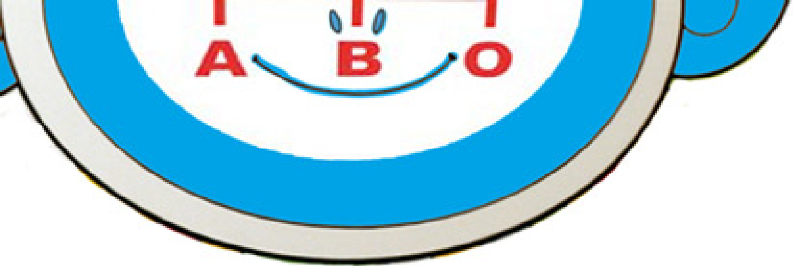
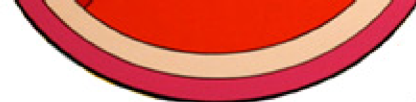
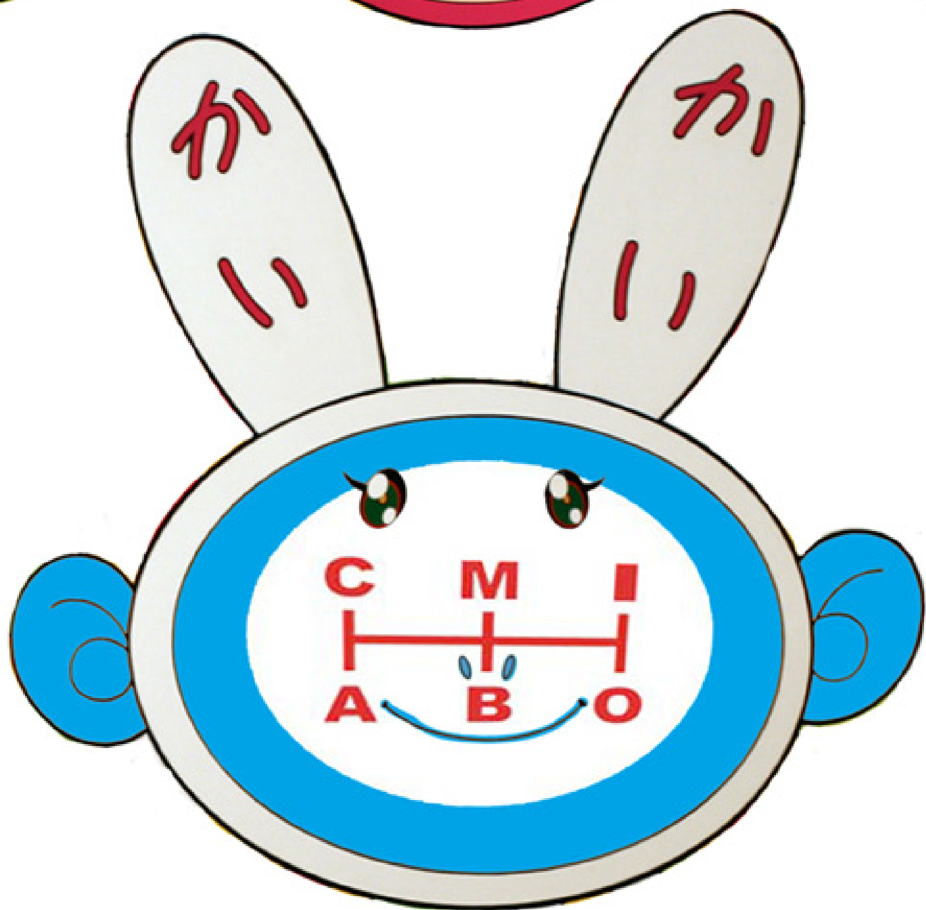
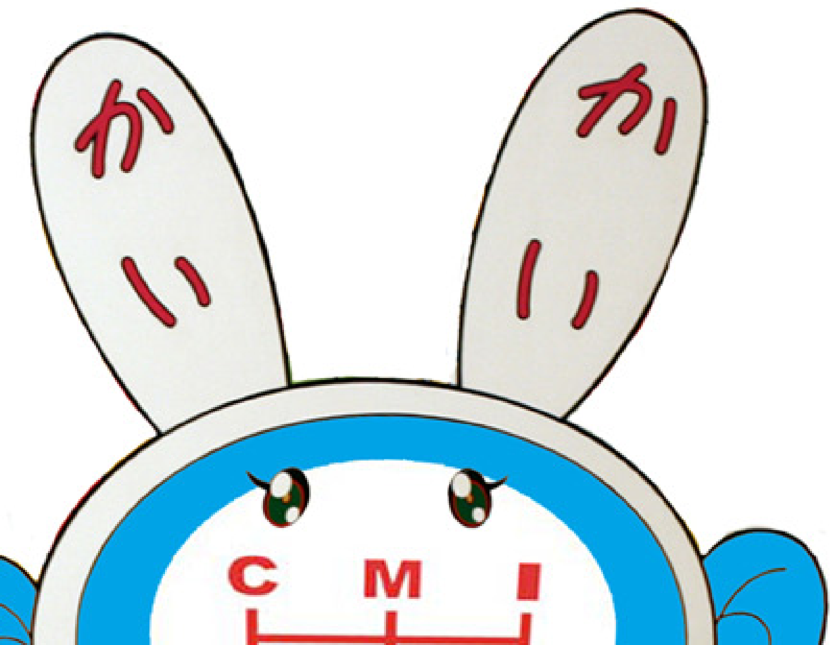
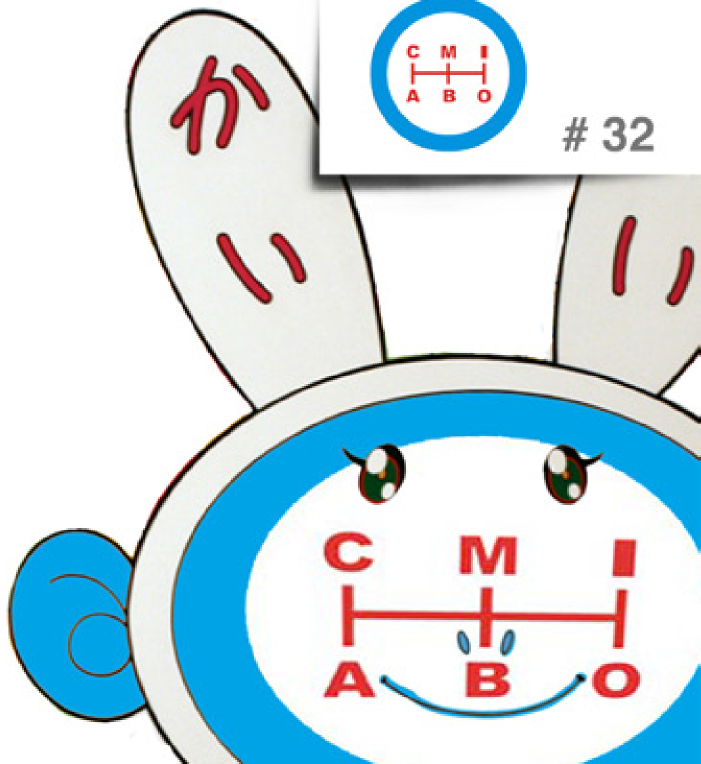

A B O


A B O

き
き

かい
かい
C M I
A B O

き
き

C M I
A B O
32

かい
かい
C M I

き
き

かい
C M I
A B O



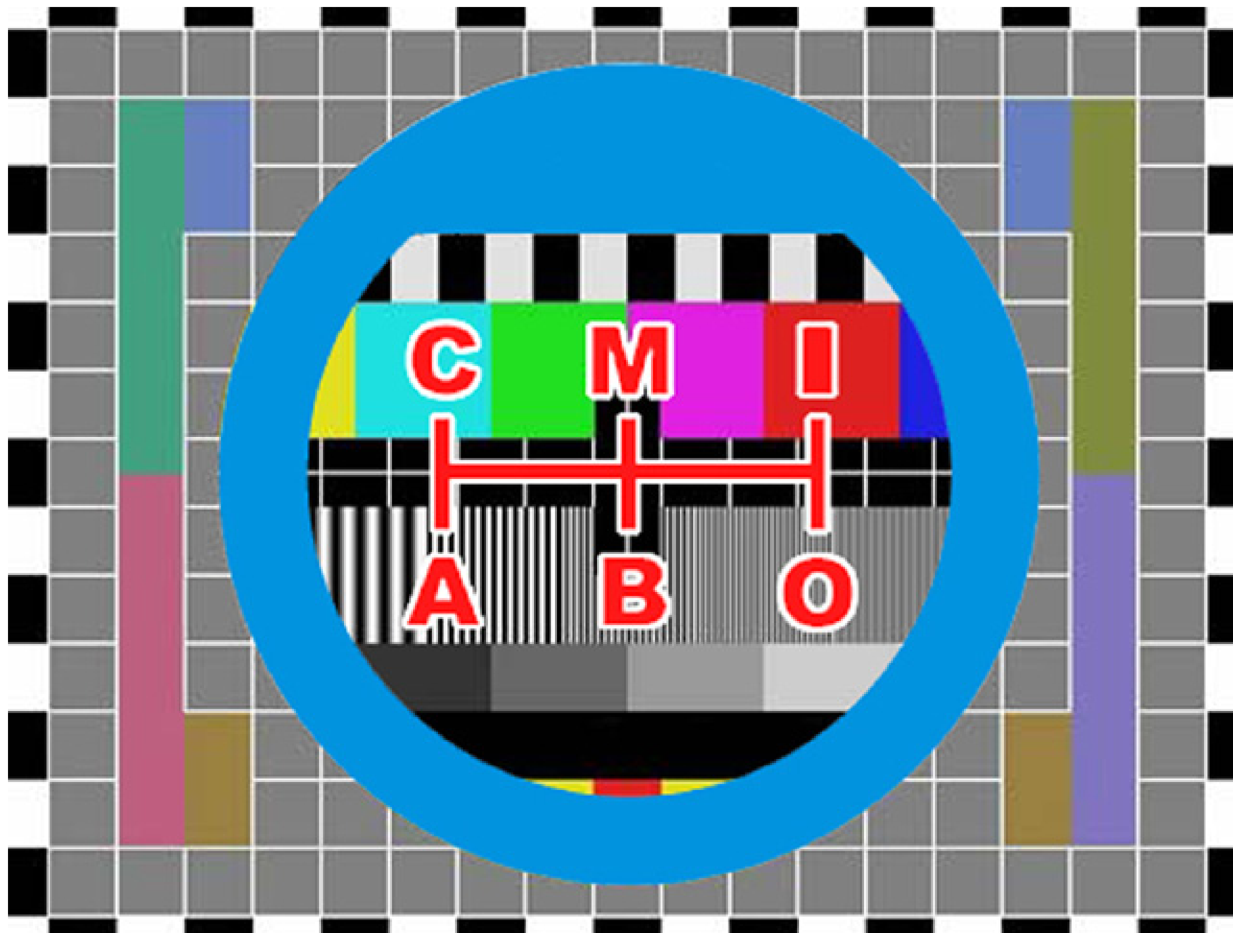
Contenidos:

< Portada de Chema Lajarín



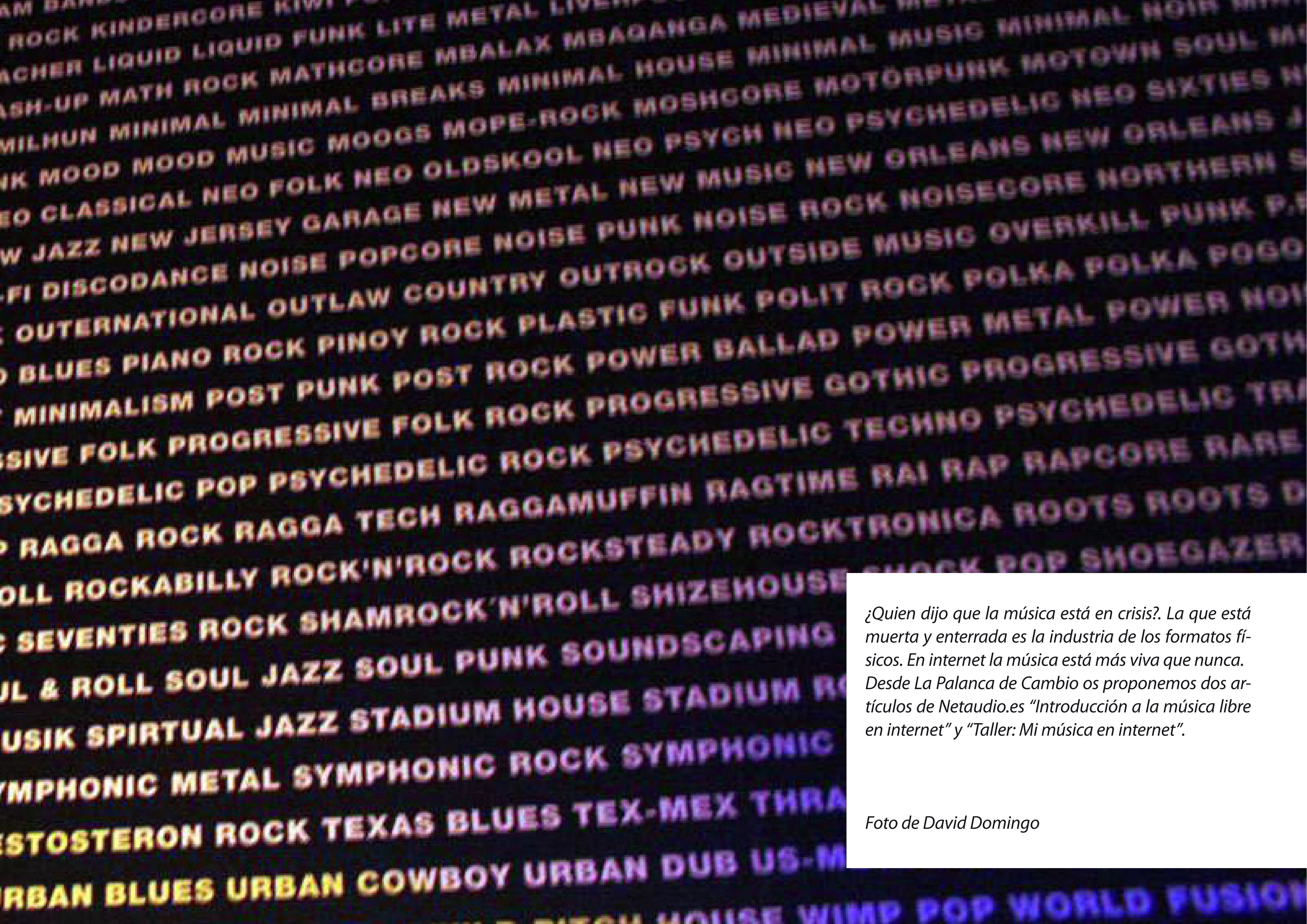
EDITORIAL

Por Dani Marco



Vivimos en una época de cambios: cambios políticos, sociales, económicos, climatológicos, quizá también culturales. Nosotros nos unimos a la tendencia, no podría ser de otra forma teniendo en cuenta nuestro nombre. Lo primero de todo debemos explicar este largo silencio. En este año que acaba hemos publicado cuatro números, cuando en años anteriores la media era de diez. El último número hace cinco meses. Este año hemos hecho todos los colaboradores un gran esfuerzo por evitar algo que parecía evidente: el final de La Palanca de Cambio. Yo personalmente al principio me resistía a que el proyecto se acabara sin más, mi sueño de libertad de expresión y creación. Pero cuando dejé de luchar reconocí que todo tiene un principio y un final, y que este fanzine no era una excepción. Cada uno de los colaboradores habituales tenía sus motivos: inicio de otro tipo de proyectos, falta de tiempo libre ya fuera por motivos laborales o familiares, o sencillamente agotamiento. Sin embargo, después de estos meses en “standby”, algunos seguimos necesitando de este pequeño rinconcito de expresión, así que nuestra bendita Ali propuso publicar un nuevo número. Sin embargo, era necesario un reajuste en la forma en la que hasta ahora habíamos trabajado. En definitiva, para evitar el “queme” de los que hacemos La Palanca, a partir de ahora las publicaciones serán trimestrales, empezando por este número de invierno que tenéis en vuestras pantallas. Es decir, coincidirán con las estaciones, pero no nos mojamos en deciros fechas concretas, deberéis estar atentos. Así que La Palanca no regresa, continua y lo hace con fuerzas renovadas y contenidos nuevos que iréis viendo. Y ya sabéis que podéis hacernos llegar vuestras propuestas, tanto al correo como a nuestro facebook.

OP FUZZ ROCK GABBA GIPSY GIPSY POP GIPSY ROCK GOTHIC
ETTO TECH GIPSY GIPSY POP GIPSY ROCK GOTHIC METAL GOTHIC PUNK GOTHIC HARDCORE DRUM'N'BASS HORROR METAL
OTHIC DOOM METAL GOTHIC METAL GOTHIC PUNK HARDCORE HARDCORE DRUM'N'BASS HIT HOUSE HORROR METAL
OUSE HARD ROCK HARD TRANCE HARDBAG HARDCORE HIP HOP HIT HOUSE INDUSTRIAL ALTERNATIVE METAL
UES HIGH-TECH FUNKP HIGH-TECH SOUL HILLBILLY HI-NRG INDO ROCK INDUSTRIAL TECH HOUSE JACKIN' TECHNO J
DIE ROCK INDIELEKTROQUEER INDIETRONICA INDO JAZZ JACKIN' ACID TECH HOUSE JACKIN' TECH HOUSE KASEKO KELTEN
OUSE INTELLIGENT TECHNO IRISH FOLK ITALO DISCO ELECTRO NOISE BENDCORE KANSAS CITY JAZZ SOUL LIEDERMA
JU JUMP BLUES JUMP UP JUNGLE JUNGLE JAZZ KANSAI LATIN JAZZ LATIN POP LATIN ROCK LATIN MARIACHI MA
REESTYLE LATIN FUNK LATIN HIPHOP LATIN HOUSE LATIN HUSTLE MANILA SOUND MARCH MARCHING MUSIC MIDI I
KINA MAKOSSA MALACO SOUL MAMBO MANDARIN POP MANDINGO MICROWEAVE MIDDLE AGE MIDDLE EVIL FUN
METAL PUNK METALCORE MIAMI BASS MIAMI SOUL MICROTONAL MUSIC MODERN METAL MODERN ROCK MOLECULE
RN BLUEGRASS MODERN BOP MODERN JAZZ MODERN MELODIC METAL NEDER BEAT NEDER POP NEDERHOP NEO BOP N
ATURE ETHNOCORE NAZI ROCK NAZI PUNK NDW NECRO BLACK METAL NEW BOP NEW GRASS NEW JACK SWING NE
HE MUSIK NEUE MUSIK NEURO FUNK NEW ACOUSTIC NEW AGE NEW BEAT NITZHONOT NO WAVE NOISE NOISE LO
HOUSE NEWGRASS NINTENDOCORE NIPPON ROCK NIPPONESE TERROR POP ORIENTAL METAL ORIENTAL HOUSE OSTROCK
L POP ORGANIC AMBIENT ORGANIC HOUSE ORIENTAL DEATH METAL PHUSION POP PHUTURE FUNK PIANO
PEACE PUNK P-FUNK PHILLY SOUL PHILLY SOUND PHREAK TECHNO PHUSION POST INDUSTRIAL POST
ROOVE PORNOCORE POST BOP POST FREE JAZZ POST HARDCORE POST HOP POST IDM DOOM METAL PROGRES
OGRESSIVE CORE PROGRESSIVE COUNTRY PROGRESSIVE DEATH METAL PROGRESSIVE ELECTRO-BOOGIE P
USIC PROTO PUNK PROTO TECHNO PSY TRANCE PSYBIENT PSYCHEDELIC PSYCHEDELIC RAGGA RAGGA RA
ROCK'N'ROLL PUNKCORE PURE HELL ROCK PUSSY POP QUEERCORE R'N'B RAGA ROCK STEADY ROCK'N'R
BOTIC FUNK ROBOTRASH ROCK ROCK FUSION ROCK OPERA ROCK ROCK METAL ROCK SERIAL MUSIC
UTIEWUSCHEL POP SCHWEINE ROCK SCORE SCORE TRASH SCRATCH BAND SCRATCHCORE SOUL SOU
RIND SLUDGE METAL SLUDGECORE SOCA SOFAPLONG SOFT ROCK SOMBIENT SON SOUKOUS SPIRITUELLE M
TAL SPEEDBASS SPEEDCORE SPEEDHALL SPEKTRALE DRONE ELEKTRONIK SPIRITUAL BLACK METAL SY
URF PUNK SWAMP POP SWAMP ROCK SWING SWINGBEAT SWINGRASS SYMPHONIC TERRORCORE TE
ROLL TECHSTEP TEENAGE POP TEENY BEAT TEKKKNO TEKKNO TERROR BREAKS URBAN U
TWANGCORE TWEE POP TWIST UK-GARAGE ULTRA DOOM UNDERGROUND UP-BEATS



¿Quien dijo que la música está en crisis?. La que está muerta y enterrada es la industria de los formatos físicos. En internet la música está más viva que nunca. Desde La Palanca de Cambio os proponemos dos artículos de Netaudio.es "Introducción a la música libre en internet" y "Taller: Mi música en internet".

Foto de David Domingo

INTRODUCCIÓN A LA MÚSICA LIBRE EN INTERNET

por David Domingo, netaudio.es, Junio 2011

1. ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Este artículo es una síntesis de una charla llamada "Introducción a la música libre en internet". Recoge breves definiciones, enlaces y conceptos sobre la música en internet y otros procesos creativos que han aparecido en los últimos tiempos.

Está dirigido a creadores de música amateurs y profesionales, a público con ciertas inquietudes que consume música activamente, y a público que ya consume música por internet a través de canales convencionales (radios, Spotify, p2p).

En este artículo se habla de *Netlabels, Creative Commons, Netaudio, Twitter, Crowdfunding, Cultura Libre, Long Tail, Remix, Bandcamp, Jamendo, Flattr, etc.* (¿Alguien conoce alguno de estos términos?) Pero NO se habla de *p2p, SGAE, Lady Gaga, Bit Torrent, Ley Sinde, Spotify, CDs, Radio online, iTunes, Derechos de autor, Canon digital o MySpace.*

Vamos a tratar la música como cultura y arte principalmente, no como un producto industrial o comercial.

2. INTRODUCCIÓN: DOS CONCEPTOS BÁSICOS

¿Música LIBRE es música GRATIS?

Hablamos de música LIBRE en internet. Pero, ¿qué es LIBRE? ¿LIBRE es GRATIS? NO. La música libre no se "regala". En la música libre se liberan algunos derechos y usos de la música, como el de distribución gratuita o la proyección pública, pero la autoría y sus derechos siguen siendo del autor que es quien decide que derechos se liberan de su obra y en que términos. El verbo "regalar" es una forma peyorativa de los autores que venden su música como producto cuando hablan de liberar su distribución.

Los música y sus derechos siguen perteneciendo al autor, pero en una época donde la copia digital tiene un coste despreciable, seguir tratando el formato físico como un producto de consumo masivo carece de sentido.

¿La música está en CRISIS?

¿Hay crisis en la música? Claramente no. Estamos en un momento donde hay más música que nunca. Con las nuevas tecnologías, se han democratizado las herramientas de creación, grabación y distribución. Ahora mucha más gente está haciendo música que además

llega a más público. En definitiva, es más fácil y accesible consumir y crear música.

¿Hay crisis en la industria musical? Pese a que las grandes empresas del sector digan que la industria está desapareciendo, no todos los negocios están reduciéndose, hay algunos que están en auge: la música en directo, los canales de música digital, las editoriales que colocan música para otros proyectos, etc. Y respecto a la música grabada (uno de los negocios más afectados), también hay sellos e iniciativas más flexibles y ágiles que han sabido entender el nuevo panorama musical y que se han adaptado antes a los nuevos tiempos.

Por tanto, pienso que no hay crisis en ninguno de los dos aspectos. Hay mucha más música que antes, unos nuevos modelos de industria y un acceso a la cultura que funcionan. Estamos de enhorabuena.

3. DEFINICIONES

Unas definiciones breves sobre conceptos de la música libre:

- **Netlabel**: Entidades discográficas que utilizan principalmente internet para distribuir su música o producto audiovisual en formato digital. Ejemplos: Pendrive, Audiotalaia, Eardrums Pop, …



Laura K

- **Licencias Creative Commons**. Son documentos para licenciar música (o cualquier tipo de contenido) basadas en la cesión parcial de derechos. Hay diversos tipos de derechos que se pueden ceder o reestringir, pero en general, están diseñadas para fomentar una cultura más libre y unos contenidos más abiertos.

- **Netaudio**: Esta palabra se refiere a la comunidad de netlabels, público, creadores y las relaciones que se establecen entre todos ellos a través de internet. La comunidad también comprende a las radios, revistas y plataformas de soporte a la música libre y netlabels. Existen festivales y jornadas dedicadas exclusivamente a la comunidad netaudio, como por ejemplo el Netaudio Festival de Berlin, el Cologne Commons o el EXPANDING.



- **Cultura libre.** "Visión de la cultura promovida por un hetereogéneo movimiento social basada en el principio de libertad para distribuir y modificar trabajos y obras creativas". [Wikipedia]. De alguna forma, relacionada con el sofware libre, la wikipedia (conocimiento abierto), el open data (tan de moda actualmente) y el hardware libre.

- Plataformas de distribución de música libre: Son plataformas en internet donde cualquier persona puede poner su música para ser escuchada gratuitamente. Son herramientas vitales para netlabels y músicos que deciden liberar su música: archive.org, Jamendo, Soundcloud, bandcamp, SonicSquirrel, …

Al final, la música libre puede considerarse como una parte de la redemocratización de la cultura para creadores y público.

4. EJERCICIO: ¿ES MÚSICA LIBRE?

Tras la introducción, los conceptos y las definiciones base, se me ocurren unos pequeños ejercicios para saber si se ha comprendido que es música libre y que no. Vamos a ello:

a) *El grupo de pop español Vetusta Morla ha colocado en su página web su último álbum "mapas" para escucha gratuita en streaming. ¿Es música libre?*

NO, porque no están liberando ningún derecho de su música. Sigue teniendo el copyright pero permiten la escucha a través de su web de forma gratuita, pero únicamente eso. Ningún uso o distribución diferente de su música está permitido.

b) *El músico Vate tiene en Jamendo toda su discografía. ¿Es música libre?*

SÍ. La música de Vate en Jamendo (y generalmente, toda la música de Jamendo) tiene una licencia de Creative Commons y tiene liberados los derechos de reproducción, distribución y permite la obra derivada.

c) *El grupo Monoculture tiene su música en MySpace, donde se pue-*

de escuchar gratuitamente. ¿Es música libre?

NO. MySpace no gestiona derechos ni asocia licencias a la música que aloja. La licencia y gestión de los derechos queda reservada a cada grupo/artista que tiene música en su perfil. Monoculture no muestra ninguna licencia de uso para su música, pero por el hecho de estar en MySpace para escucharla gratuitamente no la convierte en música libre.

d) *The Pinker Tones regalaron CDs de su último álbum "Modular" en el metro de Barcelona. ¿Es música libre?*

NO. Los CDs tenían los contenidos bajo copyright como la gran mayoría de música editada en formato físico y no liberaban ningún derecho de copia, reproducción o distribución. La entrega gratuita de los CDs en el metro fue una operación de promoción nueva pero no un giro hacia la música libre.

e) *La banda The Sounds tiene su último álbum disponible para su escucha en Spotify y Grooveshark. ¿Es música libre?*

NO. Spotify y Grooveshark funcionan como MySpace respecto a los derechos. Son unas plataformas de distribución pero no imponen ninguna licencia, ni abierta (Creative Commons) ni cerrada (Copyright). Es decir, permiten la escucha gratuita en streaming de la música pero no la convierten en música libre.

5. NUEVAS IDEAS Y MODELOS PARA LA MÚSICA

La música libre fue pionera en el uso de las nuevas tecnologías para cambiar el panorama musical y los modelos que había para crear y distribuir música. El resto de músicos, distribuidores e industria han seguido innovando en muchos campos y actualmente hay una pequeña revolución de nuevas ideas y formas de tratar con la música.
Aquí van algunas de ellas, nacidas de la música libre e íntimamente ligadas al desarrollo de las nuevas tecnologías.

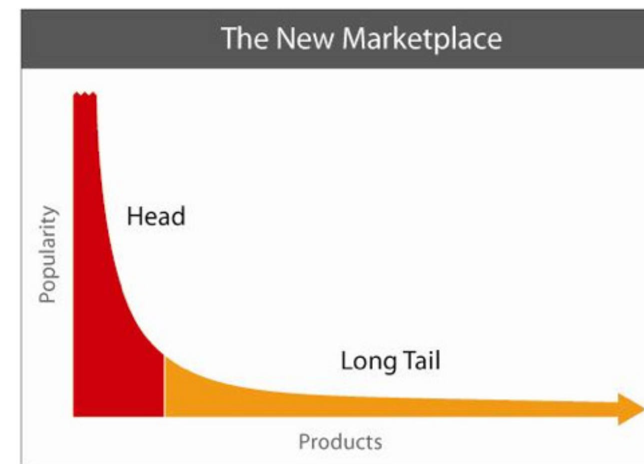
- Los hábitos y formato de consumo han cambiado. En general, la gente más joven no conoce el formato físico de la música: No han comprado CDs nunca y toda la música la escuchan en MP3 en sus dispositivos móviles. La música circula gratuitamente por internet y a través del intercambio entre los dispositivos dentro de un grupo de amigos. Ésta es la generación futura de consumidores compulsivos de música. Siempre quedarán los melómanos y público que aprecie el contacto con el formato físico, pero estos volverán al vinilo y a las ediciones de coleccionista. El gran consumo jamás pasará por esto.
Los hábitos también cambian. La música no se consume en álbums ni incluso en canciones, sino a veces en unos pocos segundos de una canción, para saltar a la siguiente y a la siguiente y a la siguiente. Un dispositivo móvil con reproductor de MP3 puede almacenar miles de canciones, no hay que escucharlas enteras ni un álbum entero porque ya no tiene sentido condicionado por el formato.
Por tanto, hay que enfocar muy bien el público objetivo para realizar la música y formato adecuados para ellos. Volver a publicar EPs de pocas canciones o simplemente singles para pertenecer a listas y recopilatorios ahora vuelve a tener sentido.

- Los netlabels han permitido la edición de música de **estilos no comerciales** en igualdad de condiciones que el resto. Música que no tenía un valor comercial ya que su público y comprador objetivo es muy pequeño, y no compensaba una distribución física. Estilos experimentales, grabaciones de campo, world music muy concreta y otras rarezas ahora tienen su hueco en la red como cualquier otro.



Outskirts - MICHAEL TROMMER

- Siguiendo la idea anterior, la música en internet ha seguido también la teoría del **Long Tail**, definida por Chris Anderson (lectura muy recomendable). Con la globalización de la música en internet se han generado nuevas oportunidades para todos los músicos y artistas que realizan proyectos muy específicos pero que pueden tener audiencias considerables si agregan a todo el público al que puede llegar a través de la red.



- El concepto de **hiperlocal** también puede aplicarse a la música. La música ha tenido una evolución en la historia de ser puramente una actividad local a globalizarse de forma rápida con el avance de la tecnología.
Los músicos, artistas y bandas siempre empezaban a una escala local dando conciertos en su barrio, conociendo a otras bandas de su zona, buscando el público en su ciudad, para más adelante dar el salto hacia una ciudad más grande, ser conocidos nacionalmente y finalmente internacionalmente.
Ahora puede darse el salto de forma más rápida o simplemente empezar la andadura de forma global/internacional, sin importar donde se encuentra el músico físicamente. Los hábitos y técnicas de desarrollo local pueden funcionar muy bien en el ámbito global de internet. Lo mismo que se hacía antes localmente (conocer artistas, público, etc) se puede hacer en la vida virtual con las nuevas herramientas

sociales. Para los conciertos en directo se hace más difícil.

- La **colaboración** para la creación y la distribución. El uso de la colaboración como herramienta está muy investigado en temas como la Cultura Expandida y la cultura del Mashup y el Remix. Es una herramienta que estimula la creatividad y es importante para la educación y la progresión. En la música, también permite lanzar nuevas ideas como por ejemplo la del netlabel EardrumsPop que en cada referencia nueva, una de las canciones es un cover de otra canción de un artista del mismo netlabel. Por otra parte, desde la dirección del sello también se favorece la creación de música entre artistas a distancia. Además, la colaboración con el público también es importante, ya que permite un feedback directo sobre la música y los proyectos del artista, lo que enriquece a ambas partes. Es una invitación a participar a todo el mundo de la música.



The Very Most

- A nivel de **modelos de negocio** (o supervivencia) se han desarrollado también nuevos métodos exclusivamente a través de internet como son las plataformas de Crowdfunding, los micropagos de Flattr y los servicios orientados a la economía de la atención como el Payforatweet.

6. BARRERAS

La música libre se encuentra en un estado todavía *underground*. El público más interesado en la música y la tecnología conoce perfectamente la música distribuida gratuitamente y las licencias Creative Commons, pero la gran mayoría de público de consumo generalista de la música no conoce los detalles de derechos o conceptos detrás de todo esto.

Este gran público únicamente está interesado en consumir música (cuanta más y más barata mejor) sin ir más lejos en sus procesos de creación. Al público que empieza a conocer más sobre este tipo de creación y distribución, se les presentan unas barreras de entrada en forma de errores y problemas que no son fáciles de solucionar y que mantienen la música libre todavía en un subsuelo dentro de la cultura y la industria musical.
Dentro de este último grupo también se encuentran los músicos que conocen la industria tradicional y que son especialmente reticientes a estos nuevos modelos.

Errores habituales del público:

La música libre no es una descarga ilegal, es una descarga libre

Hay un sector que todavía piensa que descargarse archivos .MP3 es obligatoriamente ilegal, cuando toda la música libre distribuida en formato MP3 es perfectamente legal porque justamente está liberada su distribución a través de internet. La música libre se encuentra en servidores de acceso directo, no hay que buscarla en redes p2p porque no hay ninguna ilegalidad, todo lo contrario.

Si es gratis, es mala

Todavía hay la creencia de que las cosas que se dan gratis son malas o no tienen valor. La era de internet y sus servicios gratuitos está desmontando esta afirmación (¿te cobra dinero Google por usar el buscador, y Hotmail por el correo?). Igual que con estos servicios de calidad, el modelo de negocio por parte de las empresas o artistas es otro complementario al producto básico que se obtiene gratuitamente (en este caso, el producto es la música).
Es cierto que hay mucha música libre y no toda es de calidad, pero como en cualquier parte donde hay abundancia. No se puede generalizar únicamente porque su distribución sea gratuita.

Problemas del mundo de la música libre:

- Hay **demasiada oferta** de música libre, y rápidamente el público se pierde entre tantos archivos, grupos, netlabels y portales. No se suele saber por donde empezar a buscar y como seleccionar lo que es interesante para cada uno. Hay una sobreoferta (seguramente más música que público) y pocas herramientas para catalogar y encontrar la música deseada.
Es necesario conseguir que los medios, radios, catálogos, plataformas y los propios netlabels y artistas se autocataloguen, seleccionen y faciliten el consumo de música libre a todo tipo de público sin que deba estar ya en la escena.



Sarwari - Transit

- La música libre **no llega al público general** que consume música. La música libre carece de sistemas o recursos (normalmente económicos) para llegar a aquellos canales y medios donde se encuentra la música actualmente y donde el público general va a buscarla. Ya sean radios, TV, grandes portales, festivales, revistas, etc.
Por este motivo es difícil que toda esta música libre de calidad llegue a consumirse por el público generalista, ser más conocida y poder desarrollarse más adelante. En parte, puede darse un sistema de bloqueo por el motivo “el pez que se muerde la cola” al no disponer de recursos económicos para promocionarse pero no poder conseguirlos por no ser suficientemente conocidos por el público.

- La **falta de participación** y feedback por parte de público y de otros creadores. Las herramientas están listas para ser usadas en dos sentidos, para otorgar feedback a los artistas y colaborar con ellos. Están abiertas a que el mundo de la música libre sea mucho más abierto y colaborativo, pero en un gran número de las ocasiones hay una falta de participación en este mundo que impide su desarrollo. Falta la colaboración del público para difundir la música que les gusta, falta el feedback del público y otros creadores sobre la música para hacerla de más calidad, y falta también el soporte económico para conseguir que los músicos puedan profesionalizar en parte su trabajo.



Dumbo Gets Mad – Elephants At The Door LP

¿Y la industria musical qué dice de todo esto?

Tanto las discográficas grandes (majors) como las independientes no se preocupan mucho por la música libre a nivel comercial, porque no representa un peligro ya que la música libre no tiene mercado actualmente en la industria.

Los canales de distribución habituales en internet como Spotify, iTunes y otros portales tampoco dan un soporte especial a la música libre ni encajan en su modelo. Es posible distribuir la música libre en Spotify por ejemplo, pero como cualquier otra música, sin las características diferentes de la distribución con licencias Creative Commons. Esto implica que hay un gasto de distribución extra para estar en estos canales que difícilmente se podrá recuperar porque no hay producto a la venta finalmente.

Por la parte de derechos de autor y explotación, la SGAE en España no soporta las licencias Creative Commons, así que la música libre está fuera de la recaudación de derechos de autor/explotación.

Sin embargo, algunos pequeños sellos y una parte de la prensa y escena más independiente, y que más apuesta por la música como un valor cultural y no puramente comercial, están interesándose por la música libre por su riqueza musical y experimentación. Ven en ella mucho futuro y la soportan dentro de sus (escasos) medios.
De aquí a llegar a la industria todavía queda mucho, pero empieza a haber ciertos modelos híbridos de música libre/no-libre en los sellos más pequeños que son más flexibles y arriesgan más con las propuestas.

Es importante dejar claro que no es contradictorio realizar música libre y entrar en la industria musical. Es simplemente una aproximación diferente a la industria usando nuevos modelos y las herramientas tecnológicas para conseguir un beneficio económico y moral por el trabajo de componer, distribuir e interpretar música.



Motorama - One Moment

7. ¿POR QUÉ?

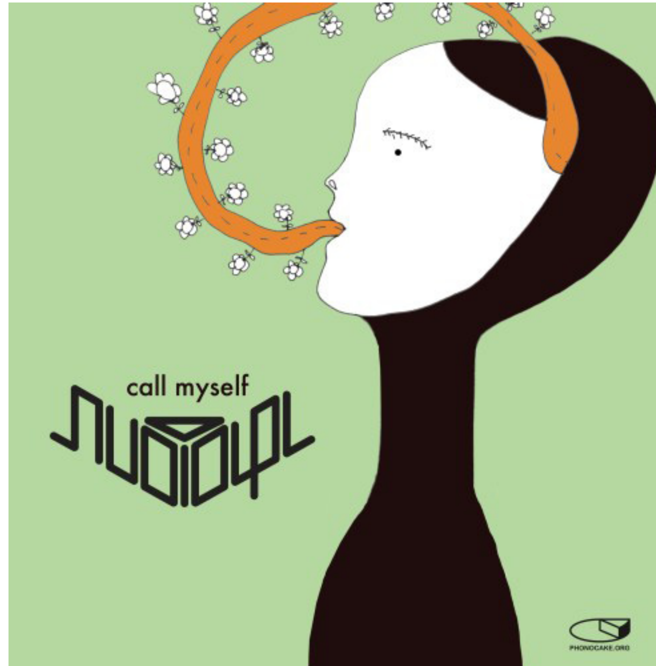
¿Por qué defendemos el modelo de la música libre? ¿Por qué creemos que hay que apostar por él como modelo de futuro para la cultura y la industria?
Enumero una serie de motivos:

- Porque tanto el músico como el público tiene **más libertad**. El público tiene más libertad para escoger que escucha sin estar condicionado. El músico tiene más libertad para crear y distribuir en la forma que quiera sin presiones.

- Porque es un modelo **más democrático**, ya que todos los artistas están en igualdad de condiciones para que su música llegue al público y éste decida su consumo por su calidad, interés, cercanía, etc. Almenos, en la teoría.
También es más democrático para el público porque puede acceder de forma más fácil a la música y la cultura sin diferencias económi-



Jesse Futerman - Super Basement EP



Audiophil - Call myself

cas, de localización, culturales, etc.

- Porque **favorece la cultura**, ya que genera más movimiento social y de participación. Se generan más facilmente sinergias y colaboración, se expanden las posibilidades y se desarrolla una sociedad más avanzada.

- Porque hay **más conexión** entre el artista y el público. La relación es más directa y esto permite más desarrollo, más adaptación y mejores condiciones para todo. Una experiencia de la música a medida.

- Porque está **adaptada a las nuevas tecnologías** que permiten un acceso y consumo más fácil y generalizado de la música. No entierra los formatos físicos válidos pero no impide el desarrollo ágil de nuevos modelos, herramientas e innovaciones que permiten a los músicos, netlabels y público descubrir nuevas posibilidades y experiencias de la música.

8. CONCLUSIÓN

A lo largo del artículo hemos hecho un repaso rápido sobre la música libre. Hemos visto una serie de interesantes conceptos e ideas que caracterizan la música libre y que se están empezando a aplicar también en la industria musical.

La música libre lleva un largo recorrido de experimentación artística y cultural donde ha generado una escena de netlabels, artistas y plataformas que han desarrollado proyectos nuevos y avanzados, siempre en un panorama alternativo al mundo comercial.

En la situación actual de la música en internet, creemos que el modelo de la música libre es un buen camino de desarrollo de la música por disfrutar de más libertad, democracia, cultura, conexión y sobretodo está adaptado a las nuevas tecnologías que son uno de los condicionantes cruciales de la industria y el consumo actuales.

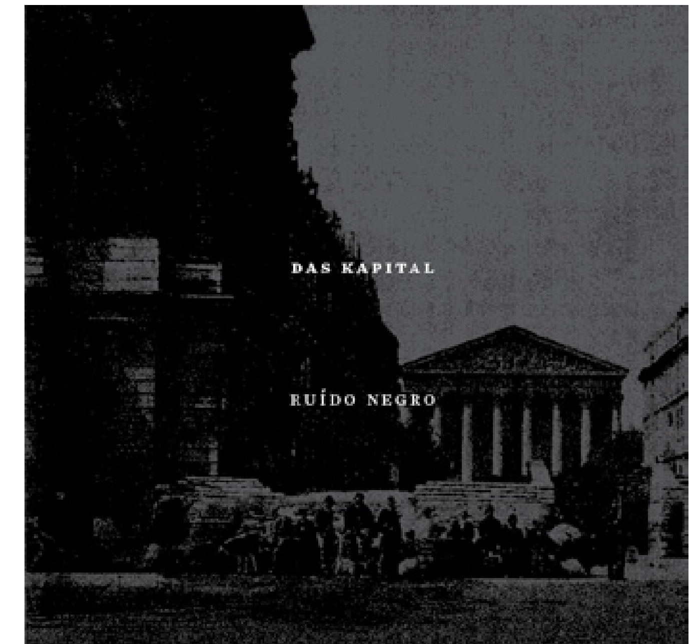
La música libre nace de una rápida adaptación a internet en sus inicios y de unas motivaciones culturales y artísticas por la experimentación (en contraposición a los valores fijos de la industria tradicional).

Por estos motivos, creemos que el futuro de la música en internet tiene que tener muy en cuenta los modelos de la música libre y trabajamos para eliminar las barreras que le impiden su desarrollo.

9. MÁS INFORMACIÓN

Este artículo está escrito con el conocimiento, opinión y experiencia adquirida durante varios años dedicados a la investigación, desarrollo y difusión de la música libre dentro de netaudio.es y otros proyectos. Esperamos la colaboración de todos vosotros para corregirlo, ampliarlo y debatirlo. El campo de comentarios está abierto a todo el mundo.

En la página de Recursos estamos recopilando enlaces, herramientas y más artículos alrededor de las primeras preguntas básicas que se realizan público y artistas sobre la música libre. Si quieres saber más o si quieres aportar tu conocimiento, tienes que continuar en Recursos.



DAS KAPITAL - Ruido Negro

TALLER: MI MÚSICA EN INTERNET

por David Domingo, netaudio.es, octubre 2011
revisado por Jose Miguel Garanto, Christian Negre y David García Aristegui.



Hirotaka Shirotsubaki - chapter

INTRODUCCIÓN Y ENFOQUE

Este taller es una guía práctica y clara para ayudar a los artistas y bandas que quieren empezar a difundir su música en internet, mostrando las diferentes alternativas y herramientas disponibles en el contexto actual de la industria y cultura digital en la red. La guía intenta contestar las preguntas: ¿Publico con licencias libres o con copyright? ¿Autogestión o sello/agencia? ¿Cómo llego a mi público? ¿Puedo ganar dinero vendiendo mi música?

También es una reflexión sobre el rol de los netlabels en toda la cadena desde que el artista crea su obra hasta que el público la oye a través de internet, ya que los papeles que desempeñan cada vez se hacen más pequeños.

Si ya eres un artista con música en internet (libre o en venta), o eres un netlabel/sello que distribuye y promociona, seguramente conocerás muchos apartados pero puede que haya aspectos a tener en cuenta y en los que reflexionar o desarollar.

PREVIO: SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA

Es indudable que la industria discográfica y musical se ha transformado. Podríamos hacer una revisión rápida de los grandes cambios agrupándolos en 3 aspectos:

• El formato físico (CDs) prácticamente no se vende, por motivos de sobra conocidos. Solamente lo compran los melómanos y fans acérrimos, y éstos están migrando hacia el formato vinilo o a ediciones especiales de CDs.
El consumo masivo de CDs que había antes ha desaparecido y ha dejado de ser recomendable invertir más en ello.
• Las ventas del formato digital (MP3) son bajas y no cubren la reducción de ventas del formato físico (CD), ya sea porque la música en formato digital se puede conseguir fácilmente sin comprarla, o bien porque se implantan otros modelos como el streaming (Spotify) donde no hay venta de canciones sino subscripciones.
• El consumo de música sigue siendo masivo, ya sea por los melómanos/fans como por todo el público que simplemente le gusta escuchar música surante su quehacer cotidiano. Esto no ha bajado, incluso ha augmentado ya que actualmente se dispone de aparatos y herramientas para escuchar música en cualquier parte. El acceso a la música es más sencillo, barato y cómodo.
Por otra parte, cada vez hay más artistas y bandas creando música. Y casi están todos en igualdad de condiciones de llegar al público que les escucha.



MABE'L - LOOK AHEAD

Esta situación y sus consecuencias nos servirán como parámetros para la toma de decisiones posterior.

PASO 0: CREAR MÚSICA

Parece obvio, pero antes de nada, hay que crear música. Y hay que dedicarse a crear la mejor música posible. Cada artista o banda definiendo su sonido, estilo, producción, identidad, etc. Es muy importante realizar un buen trabajo, acabado, completo y bien masterizado antes de publicarlo en internet. Una vez colocado en internet, será muy difícil eliminarlo o cambiarlo.

Actualmente, la producción, grabación y masterización del primer trabajo lo realiza/paga el propio artista/banda. Más adelante si entrais en algun sello/netlabel o agencia, es posible que una parte de estos costos desaparezca.

PASO 1: TOMA DE DECISIONES

Dada la situación actual de la industria discográfica, las posibilidades de internet y la potencia o situación del artista/banda, hay que tomar dos decisiones principales:

Decisión 1: ¿Autogestión o sello/agencia?

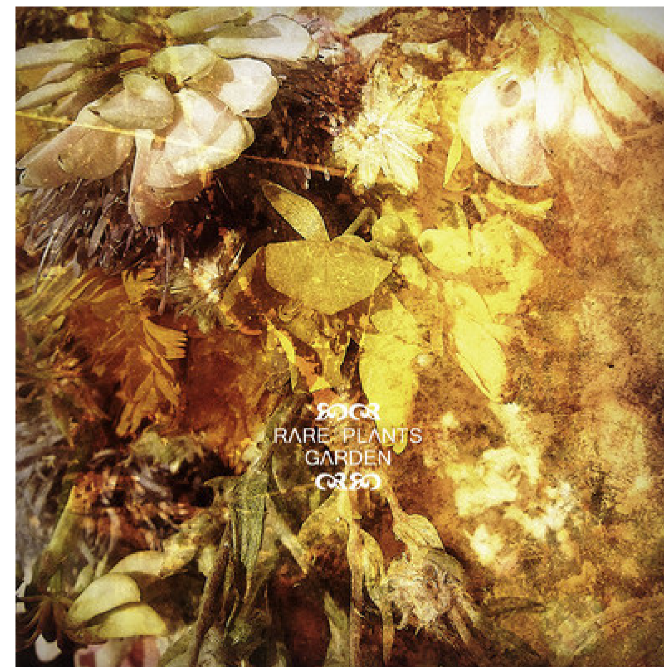
Lo primero que hay que pensar es si quieres optar por una autogestión de tu música que implicará la distribución, venta, promoción, contratación, etc, o bien si quieres entrar en un sello o agencia que te contrate para gestionarte todo esto. Veamos ventajas (+) e inconvenientes (-) generales:

AUTOGESTIÓN
+ Todas las decisiones sobre tu música las tomas tu. Libertad para decidir en el futuro
+ Todo el posible negocio futuro de tu música es para ti (no hay intermediarios)
- Más trabajo no relacionado con la creación artística de la música
- Inexperiencia y menos posibilidades de llegar a más público/festivales/etc

SELLO/AGENCIA
+ Experiencia y profesionalidad en todas las fases
+ Te liberan de la gestión, distribución y otras tareas
+ Llegarás a más publicos, harás más conciertos
- No hay libertad total (hay un contrato con obligaciones y derechos)
- Compartición de negocio

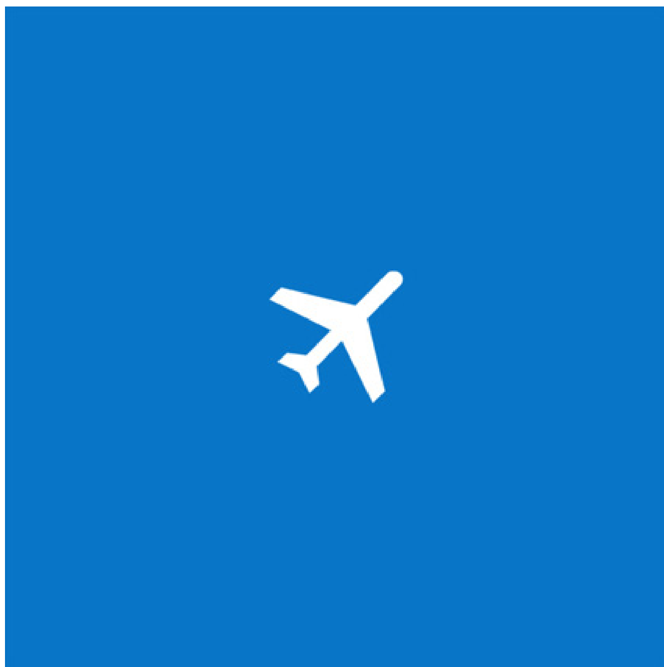
Todo el resto de pasos del taller están enfocados a la elección de la via de la autogestión. Si eliges firmar con un sello/agencia, estan son algunas consideraciones a tener en cuenta:

• Cada sello/agencia trabaja de diferente forma. Desde las grandes discográficas que firman contratos 360 (dónde se incluye cualquier aspecto relacionado con tu música), hasta sellos pequeños donde se encargan sólo de una parte de las tareas (habitualmente la gestión de derechos, booking/management, editorial y distribución) mientras que la difusión y promoción la dejan en manos de los artistas. Las decisiones sobre la música generalmente se comparten.
• Los sellos/agencias trabajan con SGAE para la gestión de derechos, porque es la única entidad que actualmente se encarga de ello



The Rare Plants Garden

en España. Deberían leerse las implicaciones del contrato antes de hacerse socio de la SGAE. Aunque también existe un pequeño número de sellos que editan discos físicos, permiten descarga libre y no trabajan con la SGAE como es el caso de Autoreverse.
• Los sellos/agencias reciben un gran número de demos/maquetas de artistas que quieren ser fichados, por tanto, lo normal también es que el sello/agencia vaya a buscar a aquellos artistas o bandas que tengan potencial para su agencia.
• Los CDs que producen y distribuyen actualmente los sellos/agencias más pequeñas tienen actualmente un carácter promocional, para que el público pueda oirles, pero realmente no generan negocio porque el margen es muy pequeño y el número de unidades producido también. Por tanto, el negocio de la música dentro de un sello/agencia pequeña no estará en la venta de formato físico (ni digital como hemos visto antes).
Algunos sellos/agencias pequeños que permiten modelos flexibles y que han sobrevivido a esta transformación de la industria discográfica son Tsunami Music, Sones y Bankrobber, los cuales tienen un catálogo de artistas amplio y basan su negocio en la gestión de dere-



The Womb - Escapism

chos, editorial y booking/management, mientras que son abiertos con sus artistas para la promoción y difusión de la música.

También hay la posibilidad de empezar autogestionando la música, y más adelante cuando el artista o banda crece, entrar en un sello/agencia porque el volumen de gestión y negocio es alto. Este camino es muy habitual y el más usado desde siempre. Aunque actualmente hay muchas herramientas buenas para llevar la autogestión hasta el final.

Más información sobre autogestión:
http://www.autoeditor.org
Listados de sellos y agencias:
http://www.catalanarts.cat/web/sites/default/files/directoris_catalan_music_10.pdf
http://www.guiamusical.com

Por otra parte, dentro de la autogestión también existe la creciente fórmula de autofinanciación mediante crowdfunding, que permite conseguir dinero de los seguidores mediante micropagos previos para grabar un disco, realizar una promoción, etc. Las plataformas de crowdfunding Verkami y Lánzanos son de las más populares y un ejemplo de éxito interesante es el de Canteca de Macao.

Netlabels

A medio camino entre la autogestión y los sellos/agencias más tradicionales están los netlabels, que son pequeños sellos que operan exclusivamente por internet con distribución de música libre y que son pioneros en el uso de nuevas tecnologías, herramientas y modelos de negocio y promoción de la música.

La mayoría de los netlabels no son empresas que se dedican profesionalmente al mundo de la música, aunque la calidad de su música, su promoción y distribución, y repercusión final si pueda tener el mismo nivel que cualquier otro sello o discográfica tradicional.

Veamos una comparativa entre un netlabel y un sello/agencia (en términos generales):

CONCEPTO	NETLABEL	SELLO/AGENCIA
Referencias	Muchas	Pocas (porque deben fabricar formato físico)
Booking	No	Si
Promoción	Internet	Internet y medios offline
Licencias	Creative Commons	Copyright. Gestión de derechos mediante SGAE.
Recursos	Pocos	Más recursos y experiencia para la promoción/management
Nuevas tecnologías	Base de todo	Menos flexibilidad para usarlas
Propuestas musicales	De todo, arriesgadas	Poco riesgo musical, más "comercial"

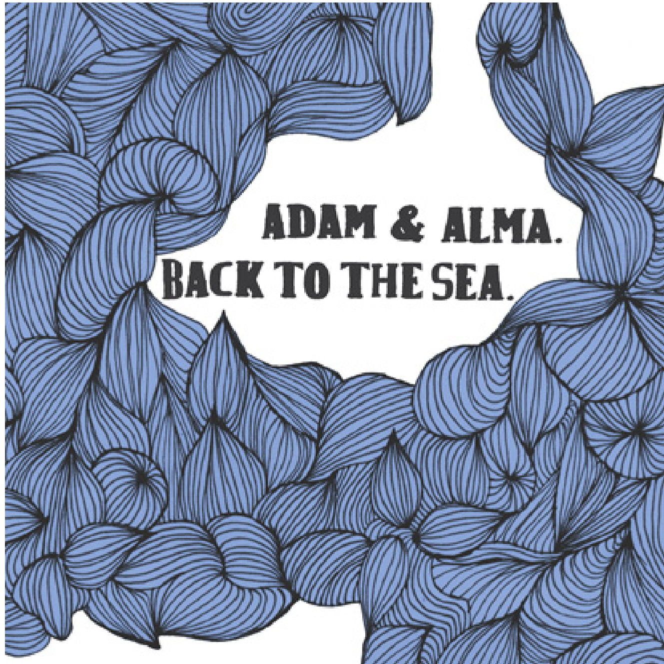
En general, los netlabels operan como los sellos/agencias pero sin los recursos, la experiencia y la profesionalidad que tienen estos últimos, aunque son más flexibles e innovadores y están más cerca de los procesos que funcionan en Internet. Segun el netlabel, la tipología de la música y la aspiraciones de su creador, los netlabels pueden ser un buen punto de partida o bien una opción final para distribuir y divulgar la música.

Netlabels hay miles en Internet. A través de los medios especializados se pueden encontrar muchos de ellos y escuchar su música libremente. Hay toda una escena y comunidad alrededor de los netlabels y la música libre que se llama netaudio.

Decisión 2: ¿Liberar la música?

Si hemos optado por autogestionarnos (almenos, al principio), la siguiente decisión a tomar es si liberar la música creada, venderla o tomar algun camino híbrido. Las opciones más habituales serían (de menos a más liberada):

• Vender la música en formato físico. Fabricar CDs y no ponerla en Internet. Tiene la mayoría de los inconvenientes: es caro fabricar CDs, no se van a vender y no te van a oir por Internet.
• Vender la música en formato digital permitiendo su escucha por streaming en diversas plataformas. A fecha de hoy, es la solución típica de los artistas consagrados. Se puede oir la música en Spotify, radios, página web del artista, pero para conseguir los MP3 hay que pasar y comprar los ficheros por una tienda digital. La música tiene copyright. En este caso, los inconvenientes consisten en pagar la distribución para la venta digital aunque las ventajas implican que ya haya forma de que tu música pueda escucharse más fácilmente en Internet (via streaming).
• Vender la música en formato digital a través de plataformas de venta directa o con precios libres, y permitir la escucha por streaming. Actualmente hay plataformas de venta directa de la música entre artista y público sin distribuidores (solo la plataforma que ofrece la venta, p.e. Bandcamp), y que además ofrecen al público que decida cuanto quiere pagar por la música. Es una venta mucho más justa y apetecible para el público. Pero es más incómoda que las tiendas digitales y se recibe menos promoción porque no está disponible en todos los



Adam & Alma - Back To The Sea



Henrik José - The Little Things EP

canales.

• Liberar la música con licencias Creative Commons e intentar vender ediciones especiales (más calidad, formato físico, etc) u otros productos/servicios. De esta forma, la difusión puede ser máxima (si también se combina con la distribución en canales como radios y streaming), y los melómanos/fans pueden seguir comprando al artista.

Con esta última fórmula (defendida por netaudio.es de sus orígenes), se permite que todo el mundo oiga y use la música, y que puedan convertirse en fans/melómanos de tu música, para luego convertirse en compradores. Es un modelo mucho más practicado en internet que el resto. Ya hay ejemplos prácticos de casos de éxito usando este modelo (Stormy Mondays).

Un par de consideraciones sobre esta decisión:

• ¿Puedes ofrecer otros productos o servicios aparte de tu música grabada? ¿Puedes realizar conciertos? Si realizas únicamente música grabada sin poder dar conciertos u otros servicios, esto puede modificar tu decisión, ya que si liberas la música, no podrás cobrar por ella.

• Actualmente, no se puede registrar música libre (con licencias Creative Commons por ejemplo) en la SGAE que es la entidad de gestión de los derechos de autor. Por tanto, si quieres que la SGAE gestione tus derechos, tendrás que usar el copyright para tu música y no podrás liberarla.

O dicho de otro modo, si decides liberar tu música, la SGAE no podrá gestionarte tus derechos de autor de esa música (aunque ella cobre igualmente por sus derechos, pero no reparta ese dinero porque no usan su modelo reconocido).

Actualización: Parece que Nacho Vegas si ha conseguido registrar música con licencias Creative Commons en la SGAE.

• Existen proyectos en evolución como Marxophone, que permiten contratos editoriales donde los autores no ceden todos los derechos y los retienen y se pueden poner sus temas en bandcamp por ejemplo. Son modelos híbridos de negocio con la música, a medio camino entre la reestricción de la antigua industria discográfica y la libertad prácticamente total del copyleft y música libre.

PASO 2: REGISTRO Y DERECHOS

Para proteger la música creada antes de empezar a distribuirla y ponerla en Internet, hay que registrarla para mantener los derechos de propiedad intelectual. En un sello/agencia, esta tarea se gestiona generalmente con la SGAE, pero en la autogestión, hay como mínimo dos métodos:

• Registro de la Propiedad Intelectual del Ministerio de Cultura. Actualmente no se encuentra muy actualizado a las nuevas tecnologías de creación musical y puede ser un poco engorroso realizar el registro digital.

• SafeCreative. Es una herramienta de registro adaptada a las nuevas tecnologías y que permite un registro legal de las obras digitales. Además, se registra todo por internet y es gratuita.

En ambos casos, hay que leerse todas las condiciones y parámetros en los que se registra la música y de que forma queda protegida.

Licencias Creative Commons

Estas licencias son una de las posibles licencias copyleft y fueron creadas para dar más libertad a creadores y público. Las licencias son contratos donde se especifican los usos permitidos de las obras (en nuestro caso, la música) a partir de una serie de parámetros y tipos de licencia.

Creative Commons no es una entidad gestora de derechos ni tampoco un bufete de abogados que protejan los derechos de los autores. Simplemente crean, mantienen y difunden las licencias para que sean usadas por los artistas y cualquier tipo de creador.

Si se decide liberar la música con una serie de usos permitidos, las licencias Creative Commons se adaptan muy bien a estos requisitos y forman un contrato legal donde apoyarse para la distribución de la música libre. El concepto “música Creative Commons” está actualmente muy extendido y sirve como marca para la distribución libre de música entre artistas y público.

Sin embargo, estas licencias no están reconocidas por apenas nin-



ne:o – illoj

guna entidad gestora de derechos y, por tanto, no pueden registrarse obras en ellas con estas licencias y tampoco se percibirán retribuciones por los derechos de autor que generan ya que no se reconocen.

Para saber más sobre Creative Commons o como escoger una de sus licencias:
http://es.creativecommons.org/licencia/
http://azkware.wordpress.com/2010/03/03/como-elegir-una-licencia-creative-commons-sabiamente

PASO 3: PLATAFORMAS

Página web propia

La plataformas más importante para distribuir la música y cualquier producto de un artista o banda debe ser la página web propia de este artista/banda. La página web propia debe ser el centro de actividades de todo artista porque allí es donde se controla todo el contenido, formato y datos conseguidos de los fans. Estos datos (de donde provienen, qué visitan, que compran, etc) serán una información muy valiosa para definir la estrategia comercial del artista o banda.
La página web propia debe estar bien construida, con un dominio propio, en un hosting propio, con un gestor de contenidos, diseño atractivo y sobretodo, contenidos completos y dinámicos.

Para comprar dominios y hostings hay muchas empresas, éstas podrían ser algunas:
http://www.cdmon.com
http://www.profesionalhosting.com

Gestores de contenido para darle forma a la web y para introducir los contenidos también hay muchos, éstos son los más comunes:
http://www.wordpress.org
http://www.joomla.org
http://www.drupal.org

Plataformas de hospedaje para música libre

Hay unas plataformas dedicadas exclusivamente a la música libre donde toda la música alojada debe tener licencias Creative Commons:

• Archive.org. Es una plataforma para guardar todo tipo de contenido en Internet, siempre libre. Permite el acceso a los ficheros MP3 con descarga directa. No está enfocado a músicos y puede ser un poco difícil de usar.
• Jamendo.es. Es la gran plataforma de música libre, con muchísimos artistas/bandas y un servicio de gestión editorial de la música.
• SonicSquirrel.net. Es una plataforma dedicada a los netlabels para que alojen la música, ordenada por netlabels, estilos, etc. Una plataforma nacida por y para el netaudio.

Plataformas para streaming y descarga

Estas plataformas permiten el streaming y la descarga (opcional) de la música. No están limitados a música con licencias Creative Commons y actualmente son las grandes plataformas de distribución musical independientes (sin acceso a distribuidores digitales ni relacionadas con tiendas de música digital).

• Bandcamp. Posiblemente la más completa aunque no la mejor técnicamente. Permite la venta al precio que ponga el comprador o a precio fijo.
• Soundcloud. El mejor reproductor y más completa técnicamente pero con limitaciones en la venta.
• Official.fm y Noisetrade Otras plataformas en el mercado pero un peldaño por debajo de Bandcamp y Soundcloud.
• Hay una comparativa entre ellas en: http://www.digitalmusicnews.com/stories/092211embed

Entre ellas no ponemos a mySpace porque creemos que ya es una plataforma obsoleta porque técnicamente y operativamente le han superado todas las otras, y no han sabido adaptarse al Internet actual. Nuestro consejo es escapar de mySpace lo antes posible y construirse una página web propia y estar en las plataformas actuales que permiten mantener una mejor identidad y contenido.

PASO 4: VENTA

Si queremos vender la música, tenemos tres alternativas:

• Vender directamente en la página web propia del artista/banda. En este caso, la venta de música digital se hace un poco más complicado y normalmente se usa para la venta de soportes físicos u otros productos (merchandising, etc) por no haber alternativas. La ventaja clara es que los ingresos son 100% para el artista por no haber intermediarios pero el inconveniente es que hay que desplegar un sistema tecnológico más complejo, tener pasarelas para paypal/VISA, etc.
• Vender en las tiendas de música digital iTunes, Beatport, Spotify, eMusic, AmazonMP3, etc. Para llegar a estar tiendas, es necesario pasar por una distribuidora digital. Hay muchas distribuidoras que permiten poner la música en la mayoría de tiendas importantes a la vez. Hay que revisar las condiciones de cada una para decidirse:
• http://www.tunecore.com
• http://www.discmedi.com
• http://www.lacentraldigital.com (SDAE)
• http://www.cdbaby.com

Las ventajas son que tu música está en todas las tiendas digitales donde el público compra música. Es fácil de acceder y tiene más difusión, así como recoge derechos de autor por las escuchas en streaming también. La parte negativa, es que incorporamos dos intermediarios en la cadena y eso implica repartir ingresos.


These Animals – These Animals EP

• Vender a través de la plataforma Bandcamp. Hemos visto esta plataforma para la distribución pero también permite la venta directa entre artista y público. Se puede escoger el precio (o incluso que lo decida el comprador) y no hay distribuidores, el único intermediario es Bandcamp, que tiene unas condiciones mucho más justas que las tiendas digitales habituales (iTunes, eMusic, etc). En este caso, se pierde algo de difusión por no estar en las tiendas digitales pero si el público sabe llegar hasta Bandcamp, la venta es muy fácil y más provechosa para el artista.

PASO 5: DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

Una vez toda la música está realizada, registrada, distribuida y preparada para la descarga o venta, hay que promocionarla para llegar a más gente, conseguir más público y fans, que lleguen a comprar la música o bien algun otro producto/servicio, por ejemplo la entrada a un concierto.

Sobre difusión de música en Internet hay mucho escrito, dentro del taller se van a dar solo cuatro grandes acciones:

• Generar contenido. No solo crear la música, sino también generar fotos, videos, textos, historias que contar y dar al público en todo momento. Desde grabar ensayos, contar como van los conciertos, fotos con los fans, historias personales. El público quiere saber todo del artista o banda.
˝ Social Media. Actualmente Internet es social y el contenido generado interesante circula de forma viral entre contactos, por eso hay que estar en todas las plataformas sociales con el contenido adecuado: Twitter, Facebook, Flickr, Youtube, Tuenti (si tenéis target de público muy joven), Last.fm, etc. Todas las que haga falta y tengais contenido para poner. Allí buscar donde están los fans y mimarlos con contenido regular. Ellos ya se encargarán de difundirlo para ti.
• Medios online. Hay que buscar los medios musicales que más se adapten al estilo de la banda: Portales-magazines, podcasts, blogs, radios. E intentar participar en ellos y enviarles tu música para que la oigan y, si les gusta, hablen sobre ella en sus medios. La forma de enviar la música a los medios merecería un artículo entero, pero intentad darles algun tipo de privilegio/primicia (enviarles la música antes de publicarla para todo el mundo) y que se acompañe de una nota de prensa bien redactada y con la información adecuada.
• Hay herramientas para la gestión global del contacto con fans, conciertos, merchandising, etc. Es interesante mirar si son de utilidad y si se adaptan a la estrategia del artista/banda:
• http://www.reverbnation.com
• http://www.nimbit.com
• En USA se está más avanzado en estos temas y hay plataformas de herramientas interesantes como:
• Cash Music
• Future of Music

CONSEJOS FINALES

Como final del taller, me gustaría dar cinco consejos transversales antes de poner tu música en internet:

• Elege unos objetivos iniciales a conseguir: Que quiero ser y como voy a llegar a serlo? Esto marcará el camino a seguir.
• Ser original en todo lo que hagas. Hay muchísimos artistas y bandas haciendo lo mismo que vosotros compitiendo por el público y la atención o dinero de la industria. Siendo original, el público lo valorará y despertará más interés.
• Insistir. Como en todo, no hay resultados inmediatos, por tanto hay que persistir en los procesos y en las acciones. Crear más música, más contenido, buscar más medios, etc sin desistir. Así se conseguirán los objetivos.
• Las acciones aquí descritas son para el medio online, pero tampoco hay que descuidar el medio offline: También hay que aparecer en la vida real, dar el máximo de conciertos posible, buscar medios offline (radio FM, revistas, TV), realizar carteles y flyers, etc.
• Cuidar a los fans. El público que te sigue será tu mejor embajador en un mundo social. Hay que ser cercano a ellos, escucharlos, entenderlos, hacerles caso, darles contenido y contar con ellos para nuevos proyectos. Os lo agradecerán.

CASOS PRÁCTICOS

Incluimos algunos casos prácticos de grupos o artistas que han tomado estas decisiones y nos explican el porqué:
- Cuestabajo.

MÁS INFORMACIÓN

A través de los buscadores habituales, podreis llegar a muchos artículos y tutoriales sobre estos temas, la mayoría más concretos en uno de los pasos, pero aún así aquí hay una lista de artículos interesantes relacionados:
http://www.musicleft.net/musica-libre-copyleft/
http://lamundial.net/?pgrow=2
http://lamundial.net/171/como-publicar-tu-musica-de-libre-distribucion-y-no-morir-en-el-intento-i

Ángeles
Desterrados
Anabel Botella
nowevolution .net

ÁNGELES DESTERRADOS

ENTREVISTA A ANABEL BOTELLA

El pasado 4 de noviembre se presentó en el Aula de Cultura de Cajamurcia "Ángeles Desterrados", primera novela de Anabel Botella; prometedora autora aguileña que a pesar de llevar muchos años afincada en Valencia ha utilizado el pueblo de Águilas como entorno donde se desarrolla una inmortal historia de amor con tintes fantásticos.

¿De qué va la novela? ¿Cómo diste con la idea para la historia?

Esta es una novela de amor, un amor que traspasa los límites del tiempo y del espacio. Tanto Keilan como María, los protagonistas han de salvar una serie de obstáculos para vivir una historia que dejaron a medias siglos atrás. María fue castigada y seguidamente desterrada del reino de los ángeles, mientras que Keilan la ha esperado durante años a que volviera a su vida para retomar su historia donde la dejaron.

La idea me vino un verano cuando salía de Águilas para regresar a Valencia. Me gusta echar un último vistazo al espejo retrovisor antes de perder de vista el pueblo, y entonces me vino la imagen de una pareja de enamorados huyendo de la muerte. A partir de ese momento me puse a darle vueltas a la cabeza y a anotar cosas sobre los personajes. Dos meses después surgieron las primeras palabras hasta que la di por terminada.

¿Cómo es que una novela con elementos fantásticos transcurre en Águilas?

¿Y por qué no? Llevo muchos años viviendo fuera de Águilas, pero llevo a mi pueblo muy dentro. Por una parte era un homenaje al lugar al que siempre quiero volver. Por otra parte yo siempre he sido una ávida lectora y me hubiera encantado leer en mi adolescencia una novela que transcurriera por las calles de Águilas. He tratado de plasmar lugares emblemáticos como La Colonia, La pava o La puerta Lorca. Me gustaría que los que leyeran esta novela reconocieran las calles por las que Keilan y María pasean su historia de amor y se emocionaran.

¿Hasta qué punto J.K. Rowlling ha abierto el camino a este tipo de literatura?

J.K.Rowling ha abierto las puertas a un determinado público, pero no sería justo otorgarle todo el mérito a ella y a Harry Potter. Es cierto que enganchó a millones de personas de todas las edades a un tipo de

lectura que no se planteaba que fuera un éxito mundial.
Tenemos un problema en España con la literatura juvenil y fantástica. No hay una tradición como pueda haber en Gran Bretaña, en América o en Alemania, por poner un ejemplo. Antes de que llegara Rowling a España teníamos a Laura Gallego. Podría decir sin temor a equivocarme que gracias a ella hay literatura juvenil y fantástica en España. Laura Gallego abrió una gran puerta a este género y poco a poco los editores fueron viendo el gran filón que había con la literatura juvenil. Hay que publicar historias que a los adolescentes les atraigan.

¿Crees que es una moda pasajera o un género cada vez más afianzado?

Yo creo que es un género que interesa cada vez más tanto a jóvenes como a adultos. Sólo hay que encontrar historias que emocionen y que diga algo a los lectores.

¿Es complicado publicar un libro? Cuéntanos cómo ha sido el proceso.

Llegar hasta aquí ha sido largo y duro, con muchas lágrimas de por medio, aunque ahora me quedo con este momento dulce. Me siento afortunada por todo el apoyo que estoy recibiendo de los blogueros.
Cuando terminé de escribir mi primera novela la envié a todas las editoriales que encontré por internet. En un mes y medio me respondió la editora de Destino Juvenil, Marta Vilagut, quien estaba interesada en publicarla a través de Oxford. Tras pasar varios informes positivos, me dijeron que reducir la novela como unas 50 páginas. Antes de revisar nuevamente la novela llamé a la editora y le comenté si me la publicarían. La editora me aseguró que se publicaría porque iba recomendada por ella. Así que hice el esfuerzo de reducir la trama en 50 páginas, pero una vez que tuvieron la novela el informe en Oxford fue negativo. Sin embargo Marta Vilagut no coincidía con la opinión de Oxford, pero Destino no publicaba por aquel entonces a autores desconocidos. También puede ser que mi novela no estuviera para publicar y que le faltara editing.
Recibí también una carta de la editora de Edebé comentándome que habían barajado muy seriamente el publicar la novela, pero finalmente tenían a Maite Carranza y su trilogía: **El clan de la loba**, que estaba funcionado muy bien. No suelen solapar la publicación de una trilogía con otra.
Con Ángeles desterrados tuve una agente literario, pero al final pasó sin pena ni gloria por las editoriales. Y a partir de aquí he tenido editoriales que han querido estafarme:
Hace tiempo remití una carta a Neverland, que fue remitida a Atlantis. Te ofrecen publicarte, pero tienes que hacerte cargo de los 100 primeros ejemplares para que te sigan publicando y de ahí te quedas el 10 %. Me quedé de piedra cuando recibí la carta de este editor diciéndome que mi novela era corta. ¿De verdad se habían leído la carta que les había enviado? Les envié tres capítulos de una novela, o sea, 70 páginas, y aun así querían publicarla.
También tuve tratos con Entrelíneas. Para mí son unos estafadores. Con mi primera novela me dijeron que me la publicaban sin problemas, que era maravillosa, y cuando me remitieron las condiciones del contrato tenía que pagar como unos 15 euros para recoger una carta en correos. Pasé de recoger la carta y de pagarles nada.
Tampoco me gusta Muza, una editorial canadiense que a saber dónde estarán dentro de unos meses, a la que les tienes que ceder todos los derechos y cobrarás en un año. Además tienes que hacer prácticamente el trabajo de editor tú solito y te publican en digital, y según cómo vaya la cosa te pueden publicar en papel.
En Mundos Épicos me ofrecieron un contrato para coeditar con ellos a precio de oro. No me parecen honestos. He decidido no hacerles publicidad en el blog. Lo siento por los autores que caen en esta editorial, pero estoy en contra de las editoriales que no van de frente. Hay muy buenos profesionales en este país y editoriales que creen en el trabajo de los autores de aquí.
Hay una editorial en Alicante, ECU que lo que me ofrecía era subvencionarme mi novela en un 20 % y que mi libro saldría al mercado por 26 euros. ¿Estamos locos o qué? En tiempos de crisis vender una novela a ese precio es un suicidio. Y por experiencia con un amigo sé que no hacen trabajo de edición. De ahí yo me llevaba como un 20_30%. No veo dónde está el negocio.
Después de estas aventuras pensé en autopublicarme como ha hecho Dianna Marquès o como algunos autores más, pero lo iba retrasando porque creía en mi novela. Al final la paciencia tiene su recompensa.

¿Estás pensando ya en la siguiente novela?

Estoy trabajando en la siguiente novela. Es un thriller juvenil que me está gustando mucho escribirlo. Es duro y no tiene nada que ver con esta historia de amor dulce y tierna. Me gusta cambiar de registros.

¿Dónde podemos encontrar “Ángeles desterrados”?

Yo espero que las librerías de Águilas la pidan a la editorial. Es una empresa pequeña, pero se lo está trabajando mucho para poder llegar a todos lados. Ahora se puede encontrar en La casa del libro, en Fnac, en El Corte Inglés y en algunas librerías grandes. A ver si en Nobel, en Clemente, Manuel Gris o CentroPapel la piden y se puede leer estas navidades.

INTERFERÈNCIES, UNA TOMA DE CONCIENCIA

Una película de ficción y una web para tomar conciencia de las causas de la crisis global y de las desigualdades, en el Norte y en el Sur. Una reflexión sobre quién mueve los hilos, genera deudas e impone recortes. Un proyecto Creative Commons para compartir la acción.



Interferències es un proyecto audiovisual, educativo y mobilizador, puesto en marcha desde el Observatori del Deute en la Globaltizació (ODG) y la Fundació Quepo. **El proyecto engloba una película y una web** sobre las causas de la crisis global y sus alternativas, poniendo nombre a sus responsables, abordando cuestiones de total actualidad como la crisis de la deuda. La película surge de la necesidad de una entidad social de difundir el resultado de sus trabajos de investigación y campañas. Una tarea de difusión que **busca tomar conciencia** de la existencia de mecanismos e instituciones, inherentes al sistema económico y político en el que vivimos, que impactan de forma negativa sobre el buen vivir de miles de millones de personas. Interferències es fruto de la indignación y quiere hacer accesible al gran público claves para entender la realidad que nos rodea.

Como punta de lanza para fomentar una concienciación colectiva, se encuentra la primera película de ficción con licencia CreativeCommons en estrenarse en el Estado español. Pero acompañando la película, y como parte también fundamental del proyecto, hay toda una serie de documentación, materiales educativos y propuestas de acción, todo ello en una web interactiva.

#20N, es hora de hablar claro

La película Interferències y la web www.interferencies.cc estrenaron el pasado 18 de noviembre coincidiendo con el final de la campaña electoral en el Estado español. Un trabajo de más de dos años, basado en una extensa investigación, pone sobre la mesa denuncias concretas sobre la **acción irresponsable, e incluso ilegal, de empresas, gobiernos e instituciones internacionales.** De Botin a Brufau, de la Unión Fenosa a Zara, del Gobierno español al Banco Mundial, la película enumerando decididamente los responsables de la crisis no sólo en nuestro país sino a nivel global. Una visión alternativa y desde la sociedad civil en torno a temas de rabiosa actualidad, inherentes al sistema económico y político en que vivimos, que se convierte en una llamada de atención a la clase política y la opinión pública de cara al 20N.

Decisiones de unos cuantos que afectan a muchos

De la **deuda externa** al **comercio internacional**, de los **recortes** al papel de las instituciones financieras, del **modelo de consumo** al **cambio climático**, de las resistencias a los países del Sur a las movilizaciones del 15M, Interferències surge de la necesidad de preguntarnos cuáles son y cómo funcionan los intereses detrás de los gobiernos, instituciones internacionales y empresas que dominan el mercado que pauta nuestras vidas. Por ejemplo, por cada euro que los países ricos damos en ayuda al desarrollo, los países empobrecidos devuelven 5 al pagar la deuda externa. Una deuda que ahora impone recortes sociales en toda Europa. Tan sólo haciendo frente a los **80 mil millones de fraude fiscal** en nuestro país, tendríamos recursos para afrontar la lucha contra pobreza y asumir la cancelación de la deuda de los países empobrecidos. Estas son algunas de las cuestiones que planteamos a Interferències. www.interferencies.cc

Realidad y ficción se entrecruzan

Aunque hace dos años que se inició el proyecto, el rodaje de la película, iniciado el 16 de mayo pasado, coincidió con el estallido del movimiento 15M. La realidad de las



movilizaciones en las calles y plazas españolas nos llevó a reescribir el final de la película, al que incorporamos la energía y las propuestas de este inesperado y esperanzador movimiento.

Cultura libre y colaborativa

Interferències nace con vocación de ser un proyecto abierto y compartido. Desde su concepción y desarrollo, gracias a la participación y colaboración de más de 150 profesionales del cine, empresas del sector audiovisual, entidades sociales e instituciones públicas que han aportado su granito de arena de forma altruista y comprometida, hasta su difusión y distribución bajo licencia CreativeCommons. Basada en la idea de copyleft, el objetivo es que la cultura y el conocimiento sean accesibles a todos, reconociendo los derechos de los autores permitiéndoles decidir el uso que se puede dar a su obra. Interferències, está bajo la Licencia 3.0 de CreativeCommons, con la que todo el mundo es libre de copiar, distribuir, comunicar públicamente y transformar la obra, siempre y cuando cumplan tres condiciones: Reconocimiento, Uso no comercial y Compartir bajo la misma licencia.

Todos los materiales elaborados por ODG y todos los audiovisuales producidos por Quepo estan bajo licencias Creative Commons, permitiendo la flexibilidad necesaria para dar mayor difusión en las redes e Internet y que la sociedad pueda apropiarse del uso de las creaciones.

Un proyecto global de educación para el desarrollo

La película es la punta del iceberg de un proyecto integral y 2.0 que incluye las dimensiones formativa y de denuncia, con vocación de transformación social. En la web Interferències
www.interferencies.cc ofrecemos material educativo, por temas y por capítulos, sugerencias didácticas, y propuestas de acción individuales y colectivas. El objetivo es que el espectador no se quede en las reflexiones de la película, sino que tenga la posibilidad de profundizar y de participar en campañas y alternativas para cada una de las problemáticas, convirtiéndose en partícipe del proyecto. El estreno en internet se hará por entregas, haciendo público el primer capítulo el 18 de noviembre, el mismo día que el estreno en cines. Coincidiendo con el período en que el proyecto estará en la plataforma de crowdfunding, Verkami, estrenaremos un capítulo por semana. La película entera se podrá ver en Internet a partir del 20 de diciembre.



Block_dvida

15-10-2011 Hoy he visto en un periodico un titular que dice que Grecia ha quebrado y no lo entiendo

16-10-2011 Le pregunto a mi primo que es profesor en la Universidad de Castilla la Mancha que si ahora Grecia es una Isla. Se ríe, y me dice "muy bueno" deberías ser cómico"

20-10-2011 Estoy en Madrid en un certamen de nuevos comicos que organiza la Parmount Comedy. Sólo tengo el chiste de Grecia y encima no lo entiendo. Voy a fracasar!

21-10-2011 Nadie se rió con el chiste pero al parecer el silencio de después y mi cara de susto provocaron un estallido de carcajadas

22-10-2011 Me han invitado a una fiesta en Malasaña a la que van Miguel Noguera, Ignatius y Joaquín Reyes No conozco a ninguno pero mi primo dice que son los putos amos.

15-11-2011 Llevo ya 20 bolos por distintos locales del barrio. Siempre hago lo mismo. Mis actuaciones duran 5 minutos y me pagan bien, que más puedo pedir.

16-11-2011 Se que esto no va a durar para siempre. No puedo dormir. Me devano los sesos en busca de otro chiste. Desisto, llamo a mi primo y me cuenta uno sobre Papandreu y el padre de Buenafuente. No lo entiendo tampoco. Triunfo seguro!

17-11-2011 No me han vuelto a llamar para otra actuación. Seguro que es por meterme con el padre de Buenafuente.

Sacando punta...



Marco

EL PASEO DE LOS LIBROS

Por: Alicia Rico Forte
Fotografías: María Carpena



Hoy me apetece hacer un artículo subjetivo, sí, para que engañarnos, antes de comenzar a leer has de saber dónde te estás metiendo. Hace tiempo una amiga me comentó un proyecto: abrir una librería. Recuerdo todo: el lugar, algunas de sus ideas… pero sobre todo la ilusión que se le escapaba por los poros. ¿Y qué ocurrió? pues que el proyecto se transformó en realidad, y el pasado 18 de noviembre El Paseo de los Libros abrió sus puertas en la ciudad de Yecla.

¿Y por qué os animo a conocer este lugar? Pues porque ya de por sí es difícil llevar adelante una nueva iniciativa empresarial en los tiempos que corren, y cuando encima se centra en algo tan importante como la cultura, es algo para promover y fomentar. ¿Qué sería de nosotros sin los libros? Nos hacen volar, viajar con la imaginación… Nos ayudan a alejarnos de la realidad y que cualquier lugar o aventura esté a nuestro alcance. Pero ¿qué nos ocurre? ¿no sabemos por dónde empezar? Pues para eso tenemos a Inma, dispuesta a abrirnos su establecimiento, a compartir nuestras inquietudes literarias y a proporcionarnos ese lugar donde comenzar nuestro viaje.



¿Y qué ocurre si ella no tiene el libro que buscarnos? No pasa nada, se comprometen a buscarlo y hacérnoslo llegar lo antes posible ¿Y si no somos capaces de decidir cuál nos conviene? Pues podemos tomarnos nuestro tiempo, sentarnos en su zona de lectura e incluso dejar que nos inviten a un café mientras lo hacemos. Esa es la filosofía del paseo de los libros, y ahí reside su belleza. Su deseo es transformarse en un lugar entrañable para todos, un negocio "de los de antes" pero con las ventajas de nuestro tiempo. Ahí tenemos El Paseo de los Libros tanto para comprar material escolar o de oficina como para buscar la mejor de las lecturas…

En El Paseo de Los Libros se harán exposiciones –ahora mismo podemos disfrutar de las fotos de Nuria Soriano– se fomentarán los autores de nuestra tierra, se organizarán concursos y se escucharán todas los proyectos que se nos ocurran. Para ello están, para en la medida de sus posibilidades tratar de llevarlos a cabo. También habrán actividades periódicas: recitales de poesía, cuentacuentos, presentaciones de libros, etc. ¿Y qué pasa con los peques? Pues que tampoco pueden faltar. Para ello ya han dispuesto de un amplio surtido de literatura infantil y juvenil, cuentos para colorear e incluso una mesa infantil donde poder disfrutar de su cuento, colorear y jugar. Así mismo, en breve contarán con una sección de juguetes sensoriales y artesanales.

En fin, poco más puedo decir, ahora es vuestro turno de ir allí y comprobarlo por vosotros mismos. El Paseo de Los Libros está abierto para todos. Desea convertirse en un lugar de reunión, en el sitio del que nacen las buenas ideas. Inmaculada Carpena está creando el entorno, pero necesita de nuestra ayuda para darle vida.

EL PASEO DE LOS LIBROS
AVDA. PABLO PICASSO, 148
YECLA
TLF. 968958232

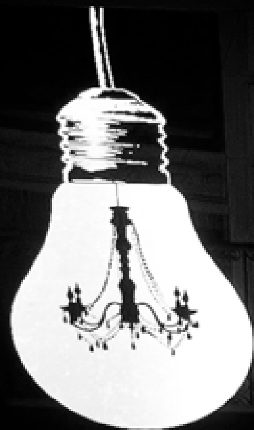


ENTREVISTA A PEJAC





Tenemos el placer de compartir con vosotros la entrevista que el artista santanderino Pejac ha tenido a bien concedernos. Pintor, dibujante de cómic, ilustrador… son algunas de las etiquetas con las que podríamos marcarlo, pero lo cierto es que Pejac es un artista en el sentido amplio de la palabra y sobretodo un agudo crítico y traductor plástico de todas las contradicciones, injusticias e hipocresías que arrastra nuestra sociedad. Su nombre y su faceta de artista urbano aparece en el reciente libro "Los nombres esenciales del arte urbano y el graffiti español" de Mario Suárez como uno de los referentes de nuestro país.








XIII





¿Cómo fue el paso de trabajar en un lienzo o en un papel a llevar tus ideas a la calle?
Una gozada.

¿Ha aparecido la policía alguna vez mientras estabas en pleno acto artístico?
Solo una vez. Me tomaron los datos, y después, de un modo muy natural, acabamos hablando del mural que estaba pintando y riéndonos de la situación. Me dejaron terminar la pieza.
El otro día pasaba por la zona y me acerqué para ver el "estado de conservación" de la obra. Estaba intacta.

¿De dónde surgen las ideas de tus imágenes?
De mi necesidad de imaginar un mundo diferente. Esta continua búsqueda de nuevas ideas para mí es como un antídoto que me ayuda a sobrellevar la realidad del día a día.

Vemos en tu obra algunas influencias de la poesía visual de Joan Brossa, ¿Es un referente para ti?
Siempre me ha parecido un grande. De estudiante miraba mucho libros en los que había fotos de obras suyas…algo se me ha quedado seguro.

Utilizas mucho la silueta en tus composiciones, la cual lleva implícita una carga expresiva mayor que, por ejemplo, un dibujo lineal. ¿Es algo premeditado?
Totalmente. Es mi manera de dar importancia a lo que para mí es importante: el mensaje.

¿Consideras que el graffiti actualmente ocupa un espacio de crítica y reflexión que parece haber dejado de lado la pintura?
Para nada. De hecho en mi caso muchas veces utilizo pinceles y pintura acrílica para pintar sobre muro. Desde que salió la foto dos siglos atrás siempre se ha hablado de la muerte de la pintura, y me





da la impresión de que nos va a enterrar a todos.
Si me preguntas más por el entorno urbano que acoge este tipo de obra más que por la técnica en sí, es cierto que estamos viviendo es un auténtico boom de la obra plástica urbana. Solo espero que cuando pase esta euforia por parte de los medios publicitarios y de la industria cultural la cosa se normalice y podamos ver el arte urbano como una manera más de hacer obra y de crear discurso.

Eres un artista polifacético, ¿te sientes igual de cómodo dibujando un cómic que pintando un mural? ¿Hay alguna parte en especial de tu trabajo con la que te sientas especialmente realizado?
Va por épocas. Lo que me gusta cada vez más es salirme de los medios y técnicas que conozco y meterme en otros que no controlo para ver qué pasa. Lo encuentro muy estimulante.

Hace unas semanas vi en los informativos cómo arrancaban literalmente pedazos de paredes en las que había emblemáticos graffitis de Banksy y otros artistas urbanos para exponerlos a una galería, ¿qué piensas al respecto?
Pienso que lo que se hace en la calle debería quedarse en la calle.

¿En las calles de qué ciudades podemos toparnos con alguna de tus intervenciones?
En las calles de Milán, Madrid, Salamanca, Valencia y Santander (las que no han borrado los servicios de limpieza del Ayuntamiento de mi ciudad, extralimitándose en sus funciones).

¿Dónde podemos ver tu próxima exposición?
P. Tengo una exposición individual en la Galería Fran Reus de Mallorca a mediados de Febrero. Aún no sé qué voy a presentar. Siempre soy el primer sorprendido con lo que finalmente decido exponer. Estáis todos invitados.






Ray-Ban


MERCADILLO AT HOME

www.elmundoenunacajadecerillas.blogspot.com

Por Alicia Rico Forte
Fotos: Beatriz Guillamón, (Lolailo) con el toque de María Sommer De Estraperlo

Birdie es el proyecto de Amor González, repostera y alma mater de mercadillo at home y de casa-taller Birdie (Los Belones), entre otros. Hemos hablado con ella acerca de Mercadillo at Home, de cómo empezó y hacia dónde va, esto es lo que nos ha contado:

¿Cómo empezó Mercadillo at Home?
Siempre me han gustado las labores, las corrientes de Hazlo Tu Mismo y Arts&Crafts, valoro mucho las cosas que están hechas a mano y diseñadas con cariño. En marzo de este año me lancé a montar mi propia repostería por encargo, comencé a hacer jabones faciales y a coser una pequeña colección de faldas. Como no sabía muy bien dónde podía vender todo esto que hago pensé en contactar con más gente que hiciera cosas bonitas en Murcia y organizar un mercadillo en mi casa, de ahí lo de Mercadillo at Home.

¿Cuál es la filosofía y finalidad de este tipo de evento?
Mercadillo at home es una evento de intercambio de ropa, donde puedes traer prendas que ya no uses e intercambiarlas por otras que te gusten que hayan traído otros, y a su vez en un mercadillo handmade y de diseño. También doy mucha importancia a la música, en todos los mercadillos se puede escuchar buena música, incluso tuvimos un concierto del fantástico Cherry en la segunda edición. Creo que es el tipo de plan que a mí siempre me habría encantado encontrar para una tarde en Murcia: puedes comprar algo bonito, comer , tomar una cerveza, escuchar música… en realidad es más que un mercadillo, es un evento social.
La finalidad de mercadillo at home es funcionar como una pop up store donde diferentes creadores de las más variopintas disciplinas pueden mostrar al público su trabajo, es una oportunidad fantástica





para darnos a conocer aquellos que no tenemos un espacio físico, la mayoría funcionamos por blogs y redes sociales.

¿Qué tipos de cosas se pueden encontrar en Mercadillo at Home?

Todo tipo de cosas bonitas en ediciones limitada como ropa, jabones, tocados, broches, bolsos, camisetas, lámparas, ilustraciones... participan creadores de las más variadas disciplinas, tenemos a gente como Illa, Las Culpass, la ilustradora Ana Galvañ, Julia Bermúdez, Viana Loves, Carolina Gambín, Covitaca, Juan Conesa, Soviet, Amarita, De Estraperlo, Lolailo, El taller de Marta…y muchos más. Y cómo no, yo siempre monto mi pequeña repostería ambulante Birdie donde se pueden degustar ricos cupcakes, brownies y quiches de masa casera.

Y además tenemos la suerte de que siempre colaboran con nosotros artistas maravillosos para hacer el cartel. Hasta ahora hemos contado para estas 3 ediciones con La Petite Lae, con Blanca Galindo y con Maria José Climent. El próximo cartel mercadillo de navidad que estamos preparando lo está haciendo Ana Galvañ, ya estoy deseando verlo.

¿Has notado evolución en este tiempo? ¿más asistentes?

Siempre hemos tenido una respuesta de público estupenda, yo aluciné con el primero que hicimos en mi casa. Vino gente a Los Belones desde Totana, Lorca, Murcia, Cartagena… fue increíble. Animo a todos a que echéis un vistazo al divertido video que Miguel Angel Cánovas hizo del primer mercadillo at home en mi casa, creo que capta bastante el espíritu de lo que hacemos: http://youtu.be/xNHmON8S9v0

¿Tienes pensado organizar más?

Sí claro, el próximo será un especial de navidad los días 22 y 23 de diciembre por la tarde de 17 a 22h en la Asociación Cultural La Azotea, en calle La Estrella nº 2, muy cerca de la Plaza San Juan. Espero que todo el mundo venga a apoyar a los pequeños emprendedores para comprar sus regalos de navidad, habrá, como siempre, propuestas maravillosas en ediciones limitadas a buen precio y hechas con mucho cariño. Además, creo que siempre es un plus el hecho de que puedes tratar directamente con los creadores.

¿Qué más cosas llevas entre manos?

Ahora mismo estoy preparando unos kits de belleza natural compuestos por un jabón de rosa mosqueta, lavanda y aloe y un aceite de hipérico que llevo preparando desde este verano, para venderlos en el mercadillo de navidad.

También quiero poner en marcha mi blog: casatallerbirdie.blogspot.com, y tengo un bonito proyecto con Miriam y José de La Mona Chita y Bamboo que espero salga pronto, va a ser muy pionero lo que vamos a hacer en Murcia.

Enhorabuena por tu iniciativa. Gracias por tu tiempo.




HANDMADE


3er
mercadillo
at home


elmundoenunacajadecerillas.blogspot.com


MADE
with
LOVE
MADE
with
LOVE


LAE
YUN







www.the-fashioner.com

Armónico - Antonio Gomariz

FOTOLIGAMEN 2011



Por Alicia Rico Forte

Hace poco me enteré de un concurso y solo con descubrir su filosofía ya me había enamorado de él. Yo no lo conocía y lleva celebrándose desde el 2006, por lo que, para que no os pase lo mismo a vosotros dentro de un tiempo, prefiero promoverlo ahora mismo, pues sinceramente merece la pena.

Vamos a ver, supongamos que has de participar en un concurso de fotografía, según el cual has de hacer tus propuestas a lo largo de 24 horas ¿Temática? Cinco palabras escogidas al azar ante todos, tras lo cual ya puedes tomar tu cámara y empezar a disparar ¿Quién lo organiza? Un grupo de jóvenes con mucho talento e imaginación ¿Y qué hay del jurado y los premios? Ahí está el asunto, pues consiste en los propios participantes y serán mayores cuantos más sean.

La dinámica es muy sencilla (y muy efectiva como he podido comprobar al participar en esta edición) Cada participante aporta una pequeña cuota de inscripción: 5 Euros. El ganador del fotoligamen (mayor suma de puntos en todas las fotos) se queda con el 65% de lo recaudado, la mejor foto con el 15% y el resto es para sufragar la gestión del concurso. De este modo no hay dudas ni problemas, a mayor número de participantes más dificultad y mejor recompensa ¿Y cómo se eligen los ganadores? Pues mediante votación de los propios participantes: Cada uno vota al estilo "eurovisión" dando 5,4,3,2 y 1 punto a las mejores fotos de cada palabra. Si uno no vota, sus fotos no podrán ser premiadas y cada uno no puede votarse así mismo. Por tanto, nada de tongos, pura democracia.

Y… ¿Cuáles fueron las palabras escogidas esta edición? Allá van:

Aterrizar: *Tomar tierra una aeronave o sus pasajeros. Caer al suelo. Aparecer, presentarse repentinamente en alguna parte. Adaptarse, tomar contacto con la realidad.*



Armónico - Paula Alonso



Armónico - Jesús Ruiz

Ariete: *Antigua máquina de guerra empleada para derribar murallas, formada por una viga larga y pesada, reforzada en uno de sus extremos con una pieza de hierro o bronce, generalmente labrada en la figura de cabeza de carnero.*

Desembocadura: *Lugar por donde una corriente de agua desemboca en otra. Abertura o estrecho por donde se sale de un punto a otro.*

Harmónico: *De la harmonía o referente a ella. Harmonía o armonía: Conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras. Unión y combinación de sonidos simultáneos y diferentes, pero acordes. Ciencia de la formación y del encadenamiento de los acordes. Grata variedad de sonidos, medidas y pausas que resulta en la prosa o en el verso por la adecuada combinación de las sílabas, voces y cláusulas empleadas.*

Doblón: *Antigua moneda española de oro.*

Tenemos el placer de mostraros las fotos ganadoras y finalistas.
http://www.fotoligamen.es



Ariete - María José Delicado



Ariete - Mayte Torres



Ariete - Paula Alonso



Aterrizar - Adrian Llorente



Aterrizar - Marta Nicolás



Aterrizar - Paula Alonso

Desembocadura - Jose Javier Arias

Desembocadura - Juan Maria Mendoza



Desembocadura - Paula Alonso



Doblón - Juan María Mendoza



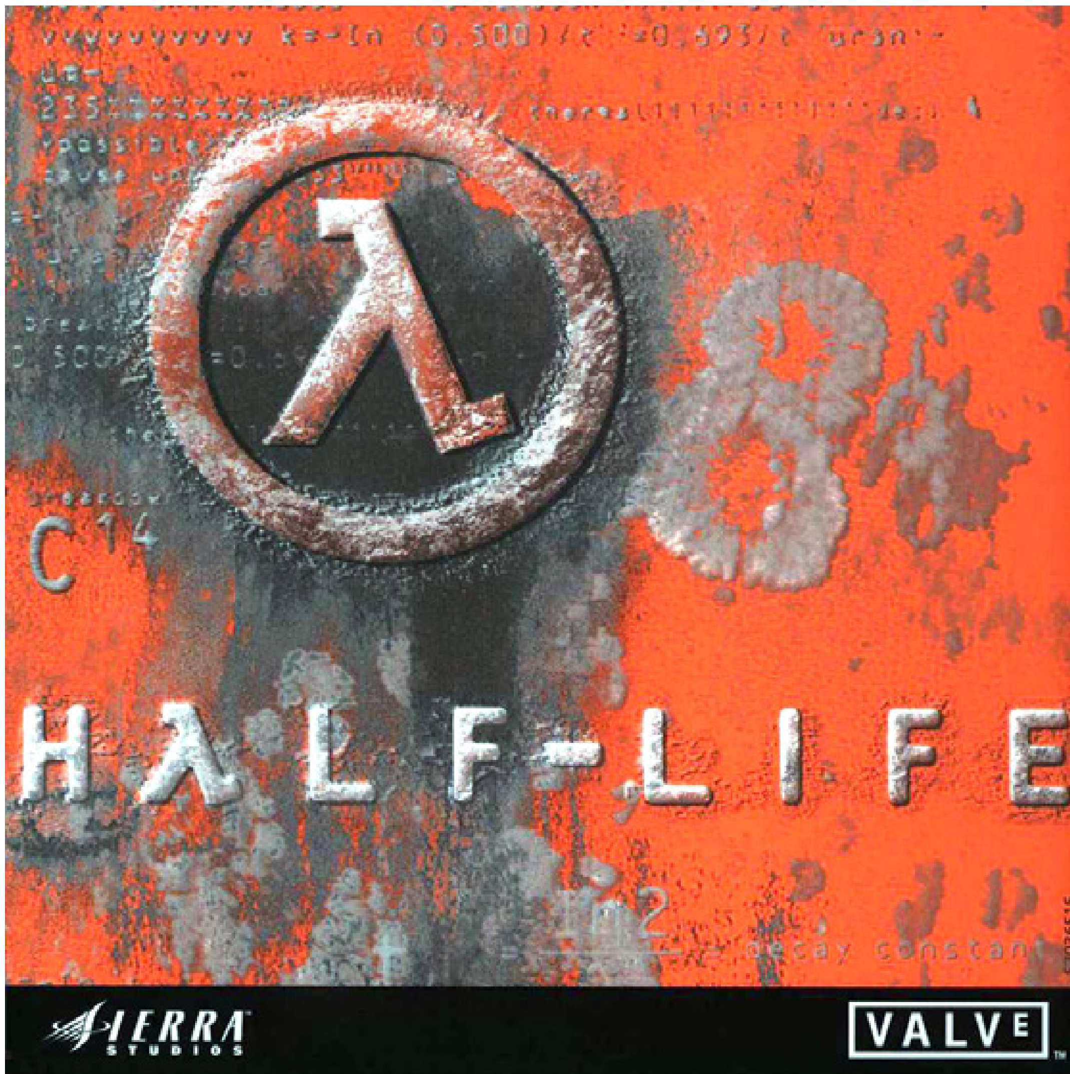
Doblón - Paula Alonso



Doblón - Ana Granadilla

HALF-LIFE

Por Emanuel Menta



Voy a empezar este artículo lamentándome por no haber tenido un ordenador (computadora en argentino) en el año 1992. Mis lamentos vienen porque no pude disfrutar de la llegada de un videojuego revolucionario: Wolfestein 3d. Como su nombre lo indica, ERA EN 3D! nos metíamos en la piel de un espía estadounidense, que con la ayuda de un cuchillo, una pistola, una ametralladora, un lanzador de cohetes y alguna que otra arma más, nos abríamos paso matando de la forma más sangrienta posible a todo nazi que se nos cruzara por el camino (incluso matábamos a Hitler!) Aunque el Wolfestein 3d fue molde para el futuro en el género FPS (first person shooter), sus creadores (ID software) fueron capaces de superarse a sí mismos, entonces llegó DOOM. Los cerebros de los jugadores exploraron al degustar este macabro juego. Violento a más no poder, destruíamos marines "enzombisados" y demonios recién llegados del infierno. Pero lo que más impactó, fue que solo un año después de Wolfestein 3d, pudieran sacar un juego tan superior en su jugabilidad y en apartado técnico. Y no contentos con ser millonarios, quisieron serlo más. ID Software presentó en 1996 el videojuego Quake. Era algo totalmente diferente era 3d pero de verdad! En lugar de utilizar sprites (dibujos) para representar a los objetos, enemigos, etc, estaban hechos completamente de polígonos texturizados. En esa época, por suerte, yo ya tenía mi ordenador. Pero aun así, Quake no me gustó. Sí, gráficamente era algo novedoso, pero en lo que respecta a la jugabilidad, no era más que otro "mata mata" del montón. Pero de pronto, casi sin avisar, apareció en 1998 una modesta empresa llamada Valve presentando su primer juego: HALF-LIFE. Y he aquí, donde mi cerebro explotó. Bueno, no del todo en ese momento, porque mi ordenador era bastante rudimentario para poder jugar a ese juego. Corrijo: años después, cuando pude hacer funcionar sin ningún problema el juego HALF-LIFE, mi cerebro explotó. HALF-LIFE es un FPS de ciencia ficción, en el cual encarnamos al personaje Gordon Freeman, un científico. Sí sí… No sos ningún soldado musculoso al estilo Duke Nukem (otro gran juego, todo hay que decirlo) en su lugar, sos un flacucho científico que de pronto se ve envuelto en una horrible "cascada de resonancia" al salir mal un experimento. Pero ¿qué es lo que hace grande a HALF-LIFE? En mi opinión personal (y totalmente actual, ya que estoy re-jugando esta pequeña joya ahora mismo) no es simplemente jugar como cualquier otro juego, es ver una película interactiva. Sí, es un FPS, pero no empezamos a "matar bichos" hasta pasados unos

veinte minutos de juego, en los cuales nos vamos enterando de la historia en primera persona, y no con el típico video (cut-scene) de introducción que suelen tener los juegos. NUNCA le vemos la cara a Gordon Freeman, siempre vemos “a través de sus ojos”. Tampoco hay pausas en la historia, el juego ni siquiera está dividido en niveles, ya que todo es contado a tiempo real. En HALF-LIFE no nos limitamos a sobrevivir ante los ataques físicos de nuestros atacantes, también tendremos que resolver ciertas situaciones utilizando nuestra inteligencia. (“tengo que atravesar la habitación inundada, pero hay un cable de corriente tocando el agua…”). En la mayor parte del juego, nos movemos solos por el escenario que se nos presenta, pero de vez en cuando podemos utilizar la ayuda de varios científicos, o incluso guardias de seguridad del laboratorio, que ante una simple orden nos siguen y nos ayudan ya sea para abrir puertas, curarnos si estamos muy heridos, destruir algún enemigo o incluso contarnos parte de la historia. HALF-LIFE es un conjunto de cosas muy bien hechas. Una historia soberbia que eclipsó a sus competidores vacíos de contenido narrativo. Un motor grafico que aunque hoy en día se queda bastante anticuado, les aseguro que junto con la excelente banda sonora y efectos de sonido, crea una ambientación genial que nos envuelve desde el primer momento hasta el enigmático final. Por eso termino mi artículo de esta manera: Si no lo hicieron ya, jueguen al HALF-LIFE.









LA CULTURA Y EL CONSUMO LITERARIO

Por: Santiago Cabrera Catanesi
Ilustración: José Solano



¿Qué nos hace más cultos, comprar libros, o leerlos?

Estimado (y entusiasta) lector, a continuación me dispongo a hablarle del E-book , pero para ello creo necesario hacerle un par de aclaraciones: el E-book, lo que se conoce auténticamente por este nombre, no es ningún dispositivo electrónico "cool" que te permite leer libros y que ahora mismo está marcando tendencia. No. El E-book es un libro digitalizado, su esencia misma, es lo que lees; todo lo demás, son formas de acceder a él (ya sean Readers, Ipad, PDA, móviles, etc). La segunda aclaración es en referencia a sobre lo que voy a escribir: no voy a recomendarle marcas de lectores digitales, ni a comparar precios, no voy a hablar de medio ambiente, ni a acusarle de asesino de la tierra, lo que voy a hacer es, sencilla y llanamente, hablar del posible efecto del E-book en la sociedad.

Actualmente, el ser humano tiene a su disposición más de 20.000 libros en formato digital. Más de 20.000 de los que puede disponer de forma libre y legal. Si se le diese a un niño una forma de acceder a ellos, podría leer gratis el resto de su vida.

No estoy perturbado cuando hablo de legalidad, ni soy un anti-sistema retobado que mira para otro lado cuando se habla de leyes, ya que son las leyes mismas las que nos protegen en este tema: según el Código español, los derechos sobre un libro tienen su permanencia un total de 70 años tras la muerte del autor. Tras este

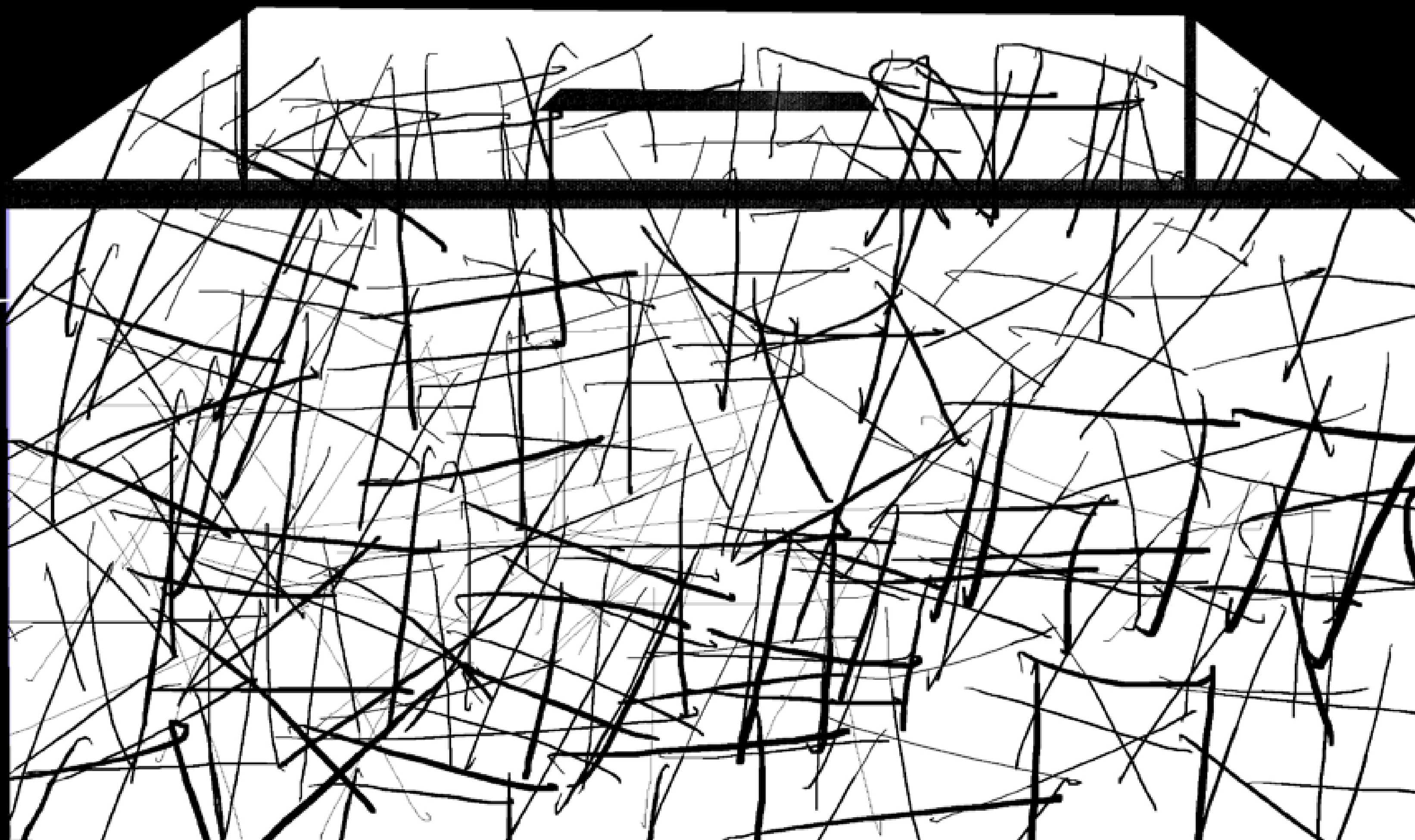
tiempo, estos derechos se anulan. Autores como Shakespeare, Kafka, Tólstoi o García Lorca, cumplen con estos requisitos. Esto quiere decir, que nadie puede cobrarnos por acceder a sus libros. Por supuesto, si acudes a una librería, el buen librero hará lo posible porque elijas las versión más completa, con los mejores comentarios, y el mejor papel que hayas visto en tu vida, y (como no) te cobrará por ello. Y por eso estará pagando usted, por el papel, la encuadernación, y la verborrea de un señor del que no ha oído hablar en su vida. Pero nunca (y cuando digo nunca, lo digo de forma enérgica) pueden cobrarnos por la experiencia vivida al leer un libro.

Pruebe usted a recordar el libro que más le haya gustado u odiado. Manténgalo en su mente. ¿Qué recuerda: la encuadernación, o los sentimientos que albergó al leerlo? Si su respuesta es la segunda opción le invito a que se cuestione conmigo: ¿Ha sido el e-book capaz de romper la barrera entre el soporte y el contenido? ¿Podría el ser humano ser capaz de diferenciar lo que lee del cómo lo lee? ¿Podríamos llegar a una era en la que, acceder a la literatura se superpusiese a poseerla?

Siendo capaz por tanto, de modificar la perspectiva del consumo de literatura, deberíamos considerar el e-book como un avance tecnológico de los últimos años. Ahí está el quid amigo lector. El primer documento digitalizado surgió en 1971 (hace cuarenta años para ser exactos), de mano de un informático llamado Michael Hart, cuya única intención fue la de darle punto de partida a la digitalización de aquellos textos libres de autoría o Copyright, creando el Proyecto Gutenberg (web actualmente en línea que dispone de una enorme cantidad de literatura exenta de copyright y en diversos idiomas). Después de cuatro décadas, el e-book parece estar aún en pañales. Después de cuatro décadas, la sociedad sigue mirando los libros digitales con recelo y desconcierto.

La realidad es que el libro digital, no es un avance tecnológico. El libro digital “fue” un avance cultural, obstaculizado y tergiversado por movimientos políticos, económicos y de mercado que han visto mayor rentabilidad en el papel, y que ha sido ahora (tras cuarenta años) cuando le han visto mejor salida al e-book: ¿o le parece casualidad que la terminología “e-book” se haya reducido a un soporte específico (el Reader)? El libro digital ha (re)surgido como un elemento mas de la ola consumidora, cuya función es la de satisfacer momentáneamente al cliente, que espera con ansias la salida del próximo artilugio electrónico “chic” que le permita deshacerse del anterior. Una vez más, la cultura se ve eclipsada por la mentalidad consumista a la que tanto estamos acostumbrados.

Es un hecho, por tanto, que el e-book tiene tanto aspectos positivos como negativos. Pero mi intención con este artículo no es otra que la de concienciar: el libro digital es un arma poderosa que puede crear o destruir (en sentido figurado). Pero no depende de en “qué manos caiga”, sino de “la mente en que lo haga”.


TODO QUEDÓ MUY CLARO,
CON TODOS LOS VOTOS EN BLANCO.
G.ROBLES





COSAS QUE PASAN

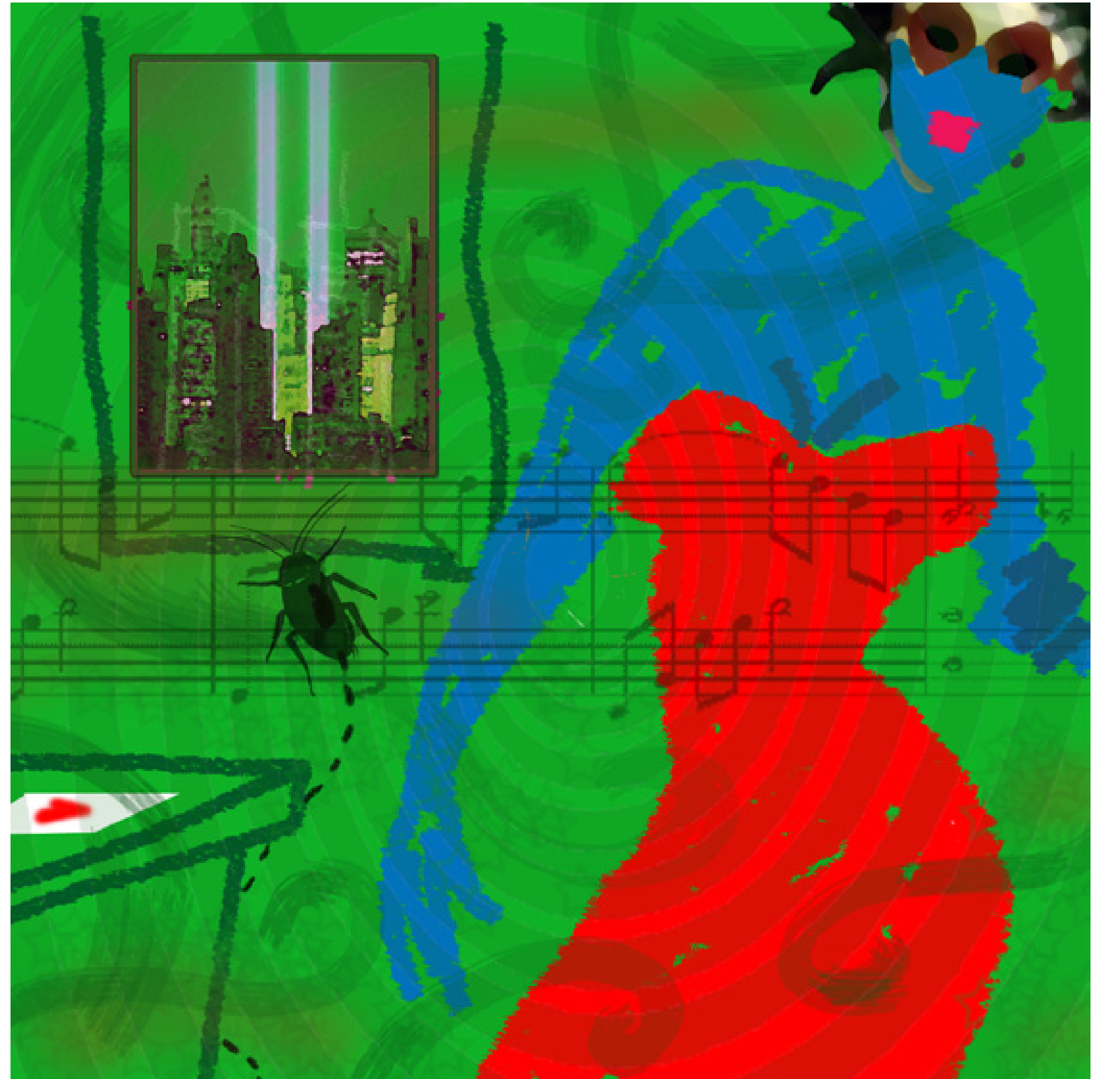
POR JOSÉ SOLANO

COMPÁS BINARIO DE SUBDIVISIÓN TERNARIA

El puñetazo de calor que recibo al entrar al local me hace agacharme como un boxeador medio noqueado. Las gafas empañadas me impiden entrar con la dignidad necesaria en este tipo de locales. Espero a que alguno de los presentes me indique un cartel que ponga "Tontos no". El humo del tabaco espesa el ambiente como el amanecer de una selva. Alguien me detiene desde abajo sujetándome la planta de los zapatos. El suelo se ha encariñado conmigo y me impide el normal avance hacia el interior. Como un buzo, disimulo los sucesivos enganches hasta que se acostumbran mis cargados gemelos. La gente que ha venido con amigos se recrea en las conversaciones con risotadas demasiado sonoras para que sean de verdad. La camarera me observa como si viniera seguido de tres amigos llamados "Problemas, "Movida" y "Pelea". Detiene la seudolimpieza de los vasos y me sigue con la mirada para ver dónde pongo el huevo. Intuyo que no me quiere cerca para cuando empiece el baile. Mejor, yo no sé bailar. Avanzo por la sala cuidando de no molestar a ninguno de los gorilas que ocupan sus ramas en las mesas. Una chica mira al techo haciéndose la despreocupada mientras el hombre que está a su lado la mira fijamente como buscando una respuesta a su reciente pregunta. Tres americanos medio discuten por algo que empezó con una sonrisa de uno de ellos y la parálisis facial del tercero. El golpe de una botella de Bourbon en la mesa detiene los mediocres gritos que se iban acercando desde el horizonte. El camarero debe ser el dueño de este tugurio. Maneja los tiempos de su local como un relojero suizo. Si alguien se pone valiente insuflado por la bebida lo desbebe en la calle a base de razonamientos filosóficos de primer grado. Una cucaracha viva y más despierta que la mitad de los presentes me acompaña para indicarme cual es mi mesa. Una vez acomodado, se marcha por una grieta de la pared para atender otros menesteres más secretos. La mesa me mira de reojo pidiendo auxilio y una bayeta limpia. La costra de suciedad acumulada es tan irregular que me empiezo a preguntar si aguantará verticalmente un vaso sin derramar su contenido. Mucho menos una simple botella dejándola como una "Torre de Pisa" etílica. Pero me gusta, está justo delante del escenario. Observo la sala sin llamar mucho la atención. Para ello me sirvo del reojo sin mover la cabeza ni el cuello. Una mirada demasiado mantenida es la puerta abierta a una falta de respeto con su consiguiente explicación filosófica. Veo a un hombre solitario con la única compañía de una baraja de naipes. Va colocando las cartas como si contara dinero de diferentes cantidades. El juego que realiza hace homenaje a su estado civil. El hombre de la pregunta sin respuesta convincente coge ahora por el brazo a la chica observadora de techos infinitos. Afino el oído y me entra como un hilo de fina plata la palabra "puta". Detrás, un hombre de mediana edad, duerme plácidamente agarrado a una botella con el oído puesto en los oleajes que desde el interior del cristal, le cantan las confusas sirenas de los bajos fondos del mar. Entre las babas de la inconsciencia se deja caer suavemente el nombre de una mujer cruel y por lo oído, altiva. Los americanos tienen problemas de comunicación entre ellos mismos y otro grupo de fanfarrones de origen indeterminado que tienen a su lado. El tequila con cerveza caliente ha sido la bebida elegida ésta vez por el grupo amenazador. El bourbon no ayuda a la emisión y comprensión de los insultos que cada vez se lanzan con más kilos de peligro. La camarera deposita con sutileza una porra de color sangre seca en las manos de su compañero y otras tantas veces acomodador de salas alteradas. Un golpe en la mesa con la pesada y antigua herramienta de seducción, apacigua y sienta los ánimos de los futuros contrincantes. De repente me doy cuenta de que la sala está impregnada de una música ambiental que vomitan dos viejos altavoces colgados de las paredes del techo. No he escuchado jamás esta sinfonía para dos gatos en celo y yunque. La grasa acumulada en el panal de abejas de las membranas refuerza los graves. Por la puerta entran dos mujeres cogidas del brazo y torciéndose para que no se les derrame la risa que traen en el pecho helado. Llevan cada una dos máscaras venecianas de vivos colores. La más alta luce con descaro y gastada coquetería, unas mallas de rejilla que nacen de una falda corta de color verde chillón. La baja no podrá quitarse el vestido de cuero rojo si no es con grasa de ballena. Yo miro los altavoces. Prueban a excitar a un señor que está sentado en la barra pensando en su infancia y los abusos de poder sexual que le infringió su madre. Luego ven a los americanos con sus agitadas y verdes manos. Una de las luces de la sala se ha fundido dejando las caras de los presentes a medio terminar. El dueño con funciones de camarero la intenta reanimar a base de dos golpes sutiles y quirúrgicos en la funda exterior de hojalata sucia. La bombilla hace dos leves intentos de levantarse ante su sargento pero cae al suelo exhausta por el esfuerzo. El primate aprovecha la ambigüedad creada con el entorno más íntimo para, con un par de palmadas de sultán, indicar que salga la artista a amenizar el cotarro y las secas gargantas. Un silbido amenazador llena la sala. Las palmas acompañan las risas burlonas de los presentes al tiempo que golpean con sus pies el suelo para aguantarse la orina. Y entonces sale ella. Es tímida. Lo sé porque llevo mucho tiempo viéndola por mi ventana. Me mira pero es imposible que me conozca. Las cortinas de mi habitación han impedido que lo haga. Abre el enorme estuche de plástico duro con corazón de terciopelo rojo. Saca el orgulloso violon-

Texto: Cristóbal Martínez
Ilustración: Chema Lajarín

chelo como despertado de un vampírico sueño. Le dice unas palabras al oído para conformarlo en su infantil enfado de niño despertado de una siesta incómoda. Coge el arco y marca otro por el cielo. Uno de los americanos grita algo en su idioma y coloca sus groseras manos en forma de cocos delante de su pecho. Mi vecina prepara el atril y la silla. El borracho de la botella se cae de la silla provocando las risas estúpidas de las prostitutas. Mi vecina coloca las partituras en el orden exacto del concierto. La cucaracha sale atareada con alguna misión y sube por la pared en dirección a parte trasera de una foto de Nueva York de noche cuando tenía las dos torres gemelas en pie. Mi vecina pega el oído a su amigo para afinar una por una todas las cuerdas. El señor de la barra empieza a rezar algo para alguien en voz baja. Mi vecina solfea rápida y mentalmente algún pasaje que sabe le traerá problemas en un futuro inmediato. La mujer de la mesa de al lado deja de mirar el techo y le contesta por primera vez al hombre que le tiene cogido el brazo. Mi vecina nos mira a todos uno a uno y luego a todos. El dueño del local resopla aburrido al tiempo que consuela a los altavoces con un merecido descanso. Mi vecina ataca suave la prima del violonchelo. Yo la miro con la excitación de la proximidad y sin el complejo de la cortina. Ella no mira a los papeles que le chistean las notas. El arco va y viene con la gracia de un serrucho de espuma. Sus manos acarician el mástil de arriba abajo haciéndole cosquillas de niña. Sus muslos aprietan el instrumento y lo estimulan haciéndole el amor más puro jamás sentido. Tiene los ojos cerrados para centrar su atención en su alma. Su cara transforma la música en sueños y los sueños en vivencias jamás alcanzadas. La música se cuela por el oído en cada uno de aquellos mortales como serpiente pecaminosa. Les pone al día de sus sentimientos y les actualiza todas sus alegrías y sus miserias. El instrumento se retuerce entre aquellas delicadas manos como un animal salvaje domado por la emoción. Mi vecina arranca las costras mundanas a base de ultrasonidos invisibles al corazón. Un extraño abre la puerta del local y es repelido por el misticismo que se ha creado dentro. Al compás de la música, la cucaracha asoma la cabeza. Mi vecina termina su concierto y se nos queda mirando otra vez. El borracho que está detrás de mí se ha despertado. Se queda mirando algo que sin llegar a comprender siente como suyo. La mitad de la sala ha desaparecido. El señor de la barra se toca un rosario que lleva atado a la muñeca al tiempo que rompe a llorar como un niño. Una de las prostitutas se marcha llamando el nombre de su hijo. La otra abraza desconsolada al americano más estúpido de los tres. El grupo de amenazadores errantes se queda mudo mirando las luces que quedan encendidas en su cabeza. La pareja discordante se besan apasionadamente mientras ella busca con el tintineo del deseo a otro de los americanos. El dueño del local deja la porra en la barra y le dice a la camarera entre sollozos que no olvide cobrar a todo el mundo con respeto. Mi vecina recoge su alma externa dentro de la funda de plástico duro. El jugador de naipes de queda mirando el as de corazones. Yo la miro el tiempo que me deja la vergüenza. Me gustaría tener la cortina de mi cuarto aquí conmigo. Ella sale por la puerta de los camerinos. Yo agacho la cabeza y entonces, sólo entonces me doy cuenta. Ella me está mirando, o mejor, ella me mira y me sonríe.



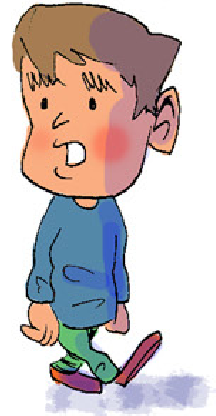




MMM...

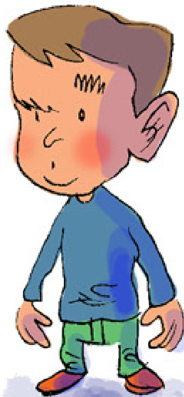


VUELVO
MAÑANA...



MAÑANA...











MPF... VUELVO MAÑANA...

MAÑANA...





¡¡PERO QUÉ... !!


HOY
ES UN BUEN DÍA
MAÑANA
SERÁ MEJOR




FSSSH
CROK!!!!


HOY
ES UN BUEN DÍA


HOY
ES UN BUEN DÍA




HOY
ES UN BUEN DÍA


?


¡¡SÍ QUE
LO ES!!

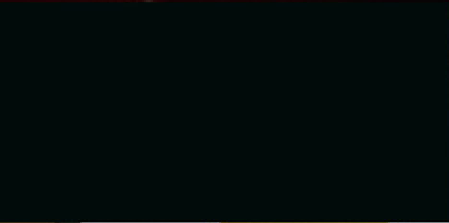
LOS OJOS DE MURAKAMI

Por: LAKLLE

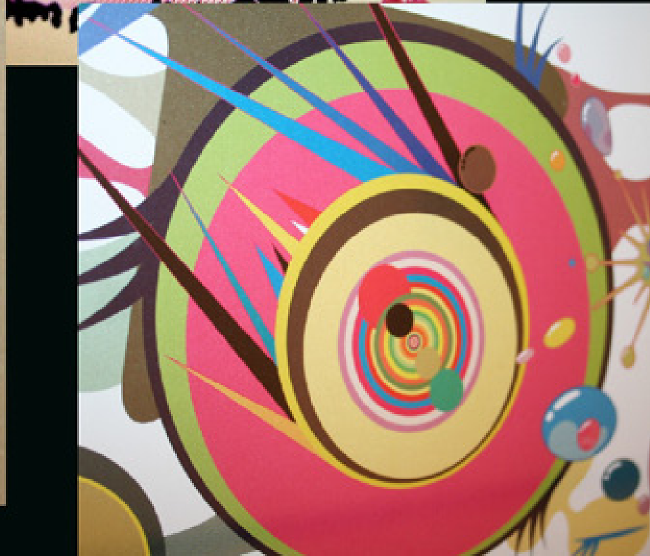
Aquellos que miran sin parpadear, que permanecen atentos a la figura que pasea constantemente frente a sus rostros. Su sombra se proyecta en espiral sobre sus caras, como las hélices de una vieja y oxidada avioneta a punto de arrancar. Su voz en la mañana fría, abriga su llegada con muy pocas palabras, pero siempre con la mirada atenta y limpia hacia ellos. El motor va calentando, sobrevuela los mejores paisajes de la geografía, de repente unas risas, una mirada inocente, un silencio….Continuamos en nuestra ruta diaria deseando que llegue la primera parada, vemos a nuestros amigos entre papeles de aluminio, hojas secas y piedras mojadas. En el regreso no encuentro una mirada, no encuentro sus risas cotidianas, pero el día continúa dejando una leve sonrisa en el desierto de su cara. Atrás quedaron los párpados mojados, atrás quedaron las malas palabras. Unas lunas de mil colores nos miran, nos vigilan en cada movimiento, saben todo lo que hacemos, cómo pensamos y a quién queremos. Comparten a nuestro lado la felicidad de la tarde, personajes de ensueño, de nuestras fantasías e ilusiones que pasean constantemente a nuestro lado. Una tarde de colorido, de imaginación que viaja con nosotros por las calles, lejos de nuestro mar y de tus ojos.



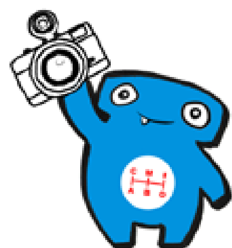










En La Palanca a veces parece que somos muy críticos con ese animalico llamado *Homo Sapiens* pero es porque albergamos grandes esperanzas en el ser humano. Así que os proponemos un reto: nuestra compañera Alicia es la autora del libro *"Nadie dijo que fuera fácil"*, cuyos beneficios van íntegramente dirigidos a la Asociación Española Contra el Cáncer; si nos mandáis una foto vuestra con el libro prometemos publicar las mejores, bueno… no tenéis por qué salir vosotros, se valorará la originalidad. Venga, animaros que es por una buena causa.

Las fotos también serán publicadas en nuestro facebook, así como en el del libro.

Ah! Y para que no tengáis escusa el que aún no lo tenga puede hacer la foto usando nuestro recortable…

(Aunque se puede comprar en www.diegomarin.com)





Hasta el próximo número

para mas info: **info@palancadecambio.org**
y para cualquier colaboración:
redaccion@palancadecambio.org

www.palancadecambio.org
2011

Colaboradores:
Alicia Rico, Ángel Solano, Chema Lajarín, Dani Marco, Dr Zito, Francisco Zaragoza, Ginés Robles, José Solano, La Klle, Ramón Zaragoza.

Diseño y maquetación: José Solano